

## RÉPUBLIQUE DU NIGER



Fraternité – Travail - Progrès

### Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

# DOCUMENT DE LA STRATÉGIE NATIONALE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DU TOURISME (SNDDT) ET SON PROGRAMME D'ACTIONS PRIORITAIRES (PAP)



NIAMEY 2012

## SOMMAIRE

Liste des tableaux-----	4
Abréviations et sigles -----	5
Résumé Exécutif -----	7
<b>INTRODUCTION -----</b>	<b>12</b>
<b>1. PRESENTATION DU NIGER -----</b>	<b>14</b>
1.1 Situation géographique et population -----	15
1.2 Structures économique -----	16
1.3 Le contexte touristique nigérien -----	16
1.3.1 Les atouts touristiques -----	16
1.3.2 Les initiatives de coopération dans le domaine du tourisme -----	25
<b>2. L'organisation institutionnelle -----</b>	<b>26</b>
2.1 Les institutions nationales du tourisme et de l'artisanat -----	26
2.1.1 L'Administration Centrale -----	26
2.1.2 Les Institutions sous tutelle du Ministère du Tourisme -----	33
1) Le Centre Nigérien de Promotion Touristique (CNPT) -----	33
2) Le Salon International de l'Artisanat pour la Femme (SAFEM) -----	34
3) L'Hôtel Gaweye -----	35
<b>2.2 Le partenariat -----</b>	<b>35</b>
2.2.1. Les partenaires de l'ANT -----	35
2.2.2 Un partenariat Public-Privé fructueux -----	37
2.2.3 Les partenaires au développement -----	39
<b>3. Emergence du tourisme -----</b>	<b>39</b>
3.1 La demande touristique -----	39
3.1.1. Situation actuelle -----	39
3.1.2 Les données statistiques -----	42
3.2 Le marché touristique -----	44
3.2.1 La place du tourisme -----	44
3.2.2 Les opérateurs du tourisme nigérien -----	45
3.2.3 Le Niger sur les marchés émetteurs -----	46
3.2.4 Actions commerciales des principaux opérateurs-----	47
<b>4. Les impacts du tourisme -----</b>	<b>49</b>
4.1 L'impact économique -----	49
4.2 L'impact sur l'environnement-----	52
4.2.1 La consommation des ressources naturelles -----	52
4.2.2 Les pollutions multiples -----	53
4.2.3 Les impacts physiques -----	53
4.2.4 L'impact sur la biodiversité-----	53
4.2.5 Les concentrations spatiales et saisonnières du tourisme -----	54
4.2.6 Les aspects positifs du tourisme -----	55
4.3 L'impact socioculturel -----	55
<b>5. Répertoire touristique et hôtelier -----</b>	<b>56</b>
5.1 Les hôtels -----	56
5.1.1 Capacité hôtelière -----	56
5.1.2 Audit des hôtels :(état des lieux) -----	59
5.2 Les agences de voyages -----	60
5.3 Les restaurants, bars, night-clubs et accompagnement -----	60
<b>6. Apports de quelques secteurs en faveur du tourisme -----</b>	<b>60</b>
6.1 L'Artisanat -----	60
6.2 La Culture -----	61
6.3 L'Environnement -----	63
6.4 Les Transports-----	65
6.5 Les Infrastructures-----	66
6.6 L'Urbanisme et l'Habitat -----	67
<b>7. Introduction des TICs dans le tourisme nigérien -----</b>	<b>68</b>
7.1 Le cadre général des TICs-----	68

7.2-Les TIC dans le secteur du tourisme au Niger-----	69
7.2.1 Les outils mis en place dans le secteur public -----	69
7.2.2 Les outils mis en place dans le Secteur privé-----	70
7.3- La présence du Niger sur le web-----	70
7.3.1 Les portails d'informations-----	70
7.3.2 Les sites institutionnels-----	71
7.3.3 Le tourisme nigérien sur le web-----	72
7.4. Audit des sites web du MT/A et du CNPT-----	74
7.4.1. Les outils d'e-communication-----	74
7.4.2 Observations générales sur les TICs/Tourisme-----	75
<b>8. La Formation touristique-----</b>	<b>76</b>
8.1 Au niveau de L'ANT-----	76
8.2 Au niveau du personnel des établissements touristiques-----	77
8.3 Les bénéficiaires de projets de développement -----	79
<b>9. Autres interventions-----</b>	<b>80</b>
9.1 Le secteur bancaire-----	80
9.2 La fiscalité du tourisme-----	80
9.3 Les facilitations et la sécurité-----	80
9.4 Les communes, les associations locales et les O.NG-----	81
9.4.1 Les communes-----	81
9.4.2 Les associations locales et les O.N.G-----	81
<b>10. LES ELEMENTS DE DIAGNOSTIC-----</b>	<b>82</b>
10.1. Les éléments positifs-----	82
10.1.1 Les éléments déterminants-----	82
10.1.2. Les éléments majeurs-----	82
10.1.3. Les autres éléments-----	82
10.2. Les éléments négatifs-----	83
10.2.1. Les éléments déterminants-----	83
10.2.2. Les éléments majeurs-----	83
10.2.3. Les autres éléments-----	84
10.3 Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) -----	85
10.3.1&10.3.2 Forces , Faiblesses -----	85
10.3.3 Opportunités-----	85
10.3.4 Menaces-----	86
10.4 Bilan d'ensemble-----	86
<b>11. LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES-----</b>	<b>88</b>
11.1 Conditions préalables-----	88
11.2 Les fers de lance(Potentialités et Atouts) du tourisme nigérien-----	89
11.3 Attentes, enjeux et objectifs stratégiques-----	94
11.3.1 Les attentes -----	94
11.3.2. Les enjeux-----	95
11.3.3. Les objectifs stratégiques-----	96
<b>12. LE PROGRAMME d' ACTIONS PRIORITAIRES -----</b>	<b>97</b>
12.1 Les actions prioritaires à mettre en œuvre-----	97
12.1.1. Le renforcement du dispositif organisationnel-----	97
12.1.2. La gestion des connaissances.....	106
12.1.3. La consolidation et la diversification de l'offre touristique-----	112
12.1.4. L'amélioration de la qualité à travers notamment la formation et le contrôle-----	123
12.1.5. La coordination des actions entreprises-----	132
12.2 Récapitulation des actions prioritaires-----	141
12.3 Recommandations pour la mise en œuvre et le suivi-----	151
12.3.1. Le financement de la SNDDT-----	151
12.3.2. L'évaluation et le suivi-----	151
<b>CONCLUSION-----</b>	<b>153</b>
Annexe 1: Liste des personnes rencontrées-----	155
Annexe 2 : Documents consultés-----	157

<u>LISTE DES TABLEAUX.</u>	Pages
<b><u>Tableau 1</u> : Date, catégorie et superficie des 6 principales Aires protégées du Niger</b>	18
<b><u>Tableau 2</u> : Produits (Attractions) touristiques par ensemble de régions</b>	21
<b><u>Tableau 3</u> : Budgets du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat 2000 à 2008</b>	29
<b><u>Tableau 4</u> : Evolution des prévisions, recettes et dépenses du FDT</b>	25
<b><u>Tableau 5</u> : Répartition des touristes par pays de provenance et par motif de voyage</b>	41
<b>Tableau 6 : Flux des entrées de touristes en 2008.</b>	42
<b><u>Tableau 7</u> : Répartition des touristes selon le motif du voyage en 2008</b>	43
<b><u>Tableau 8</u> : Exemples de circuits commercialisés</b>	48
<b><u>Tableau 9</u> : Données économiques en 2007 et 2008 en millions de FCFA</b>	50
<b><u>Tableau 10</u> : Estimation de la production du tourisme en 2008 (millions de FCFA)</b>	50
<b><u>Tableau 11</u> : Dépenses des touristes autres que « hôtels et restaurants » en 2009</b>	51
<b><u>Tableau 12</u> : Estimation des autres agrégats du tourisme en 2008 (millions de FCF)</b>	51
<b><u>Tableau 13</u> : Estimation globale des agrégats du tourisme en 2008 (millions de FCFA)</b>	51
<b><u>Tableau 14</u> : Répartition des hôtels par région selon la capacité d'accueil</b>	58
<b><u>Tableau 15</u> : Besoins de formation et de renforcement par direction de l'ANT</b>	77
<b><u>Tableau 16</u> : Plan de formation 2007-2011 du MTA</b>	77
<b><u>Tableau 17</u> : Besoins de formation par filières pour les établissements touristiques</b>	78
<b><u>Tableau 18</u> : Quelques initiatives marquantes concernant l'offre</b>	78
<b><u>Tableau 19</u> : Besoins des populations bénéficiaires de projets de développement</b>	79
<b><u>Tableau 20</u> : Les formes de tourisme pratiquées et proposition de diversification</b>	91
<b><u>Tableau 21</u> Matrice des produits -marchés–matrice des potentialités</b>	92
<b><u>Tableau 22</u> : Les marchés cibles du Niger</b>	93
<b><u>Tableau 23</u> Récapitulation du programme d'actions prioritaires</b>	143
<b><u>Tableau 24</u> : Cadre logique SNDDT</b>	145
<b><u>Tableau 25</u> : Représentation Synoptique des interrelations</b>	147
<b><u>Tableau 26</u> : Chronogramme des actions</b>	149

## ABREVIATIONS ET SIGLES.

**AECID** : Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement ;  
**AFD** : Agence Française de Développement ;  
**ANPTH** : Association Nigérienne des Professionnels du Tourisme et de l'Hôtellerie ;  
**ANT** : Administration Nationale du Tourisme ;  
**ASS** : Antilopes Sahélo-Sahariennes ;  
**AZ** : Agadez ; **DA** : Diffa ; **DO** : Dosso ; **MI** : Maradi ; **TI** : Tillabéry ; **ZR** : Zinder .  
**BAD** : Banque Africaine de Développement ;  
**BOAD** : Banque Ouest Africaine de Développement ;  
**B.M** : Banque Mondiale ;  
**BN** : Budget National ;  
**CMCAN** : Centre des Métier, du Cuir et des Arts du Niger ;  
**CNEDD** : Conseil National de l'Environnement pour un Développement Durable ;  
**CNPT** : Centre Nigérien de Promotion Touristique ;  
**CNRS** : Centre National de Recherche Scientifique ;  
**CO2** : Gaz Carbonique ;  
**COGEMA** : Compagnie Générale des Mines de l'Air ;  
**COMINAK** : Compagnie Minière d'Akokan ;  
**D.L/MT/A** : Direction de la Législation du MT/A ;  
**D.S.R.P** : Document Stratégique de Réduction de la Pauvreté ;  
**D.S.T** : Direction de Surveillance du Territoire (police des frontières) ;  
**DAI/T/MTA** : Direction des Aménagements et des Investissements Touristiques du MT/A ;  
**DDC** : Bureau de la Coopération Suisse ;  
**DEP/MTA** : Direction des Etudes et de la Programmation du MT/A ;  
**DGPN** : Direction Générale de la Police Nationale ;  
**DMC/MTA** : Direction du Marketing et de la Communication du MT/A ;  
**DPA/MTA** : Direction de la Promotion de l'Artisanat du MT/A ;  
**DPCT/MTA** : Direction des Professions et des Circuits Touristiques du MT/A ;  
**DPG** : Déclaration de Politique Générale ;  
**DRFM/MTA** : Direction des Ressources Financières et du Matériel du MT/A ;  
**DS/MTA** : Direction des Statistiques du MT/A ;  
**EBE** : Excédent Brut d'Exploitation ;  
**ECOPAS** : Ecosystèmes Partagés en Afrique Sahélo-Sahariennes (Programme Européen d'Appui pour une Conservation du Parc W) ;  
**EDIC** :  
**EPP** : Etablissement Public à caractère Professionnel  
**FCFA** : Franc de la Communauté Financière d'Afrique ;  
**FFOM** - (SWOT en Anglais): Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces ;  
**FIMA** : Festival International de la Mode Africaine ;  
**FITUR** : Foire International du Tourisme ;  
**FNAN** : Fédération Nationale des Artisans du Niger ;  
**FDT** : Fonds de Développement du Tourisme ;  
**GHN** : Groupement des Hôteliers du Niger ;  
**G.I.E** : Groupement d'Intérêt Economique  
**GTZ** : Coopération Technique Allemande ;  
**Ha** : Hectares  
**HR** : Hôtellerie/Restauration ;  
**IDE** : Investissements Directs Etrangers ;  
**IDH** : Indice de Développement Humain ;  
**IP** : Impôt sur la production ;

**IRD** : Institut de Recherche pour le Développement ;  
**IRSH** : Institut de Recherche en Sciences Humaines ;  
**ITB** : International Tourism Bourse (Berlin) ;  
**MAB** : Man And Biosphère ;  
**MJ/S/C** : Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Culture ;  
**MDP** : Mécanisme de Développement Propre ;  
**ME** : Ministère de l'Équipement ;  
**MF** : Ministère des Finances ;  
**MP/AT/DC** : Ministère du Plan, de l'Aménagement du Territoire et du Développement Communautaire ;  
**MH/E** : Ministère de l'Hydrologie et de l'Environnement ;  
**MEM/S/RS** : Ministère des Enseignements Moyen et Supérieur et de la Recherche scientifique ;  
**META** : Association Méditerranéenne Travel Market ;  
**MFP/E** : Ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi ;  
**MI/SP/D/AR** : Ministère de l'Intérieur, de la Sécurité Publique, de la Décentralisation et des Affaires Religieuses ;  
**MICE** : Marché de l'Incentive et du Tourisme d'Affaires ;  
**MNAO** : Mongolian National Audit Office ;  
**MT** : Ministère des Transports ;  
**MT/A** : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ;  
**MU/L/A** : Ministère de l'Urbanisme, du Logement et de l'Assainissement ;  
**NTIC** : Nouvelles Technologies d'Information et de Communications ;  
**O.M.D** : Objectifs du Millénaire pour le Développement ;  
**O.M.T** : Organisation Mondiale du Tourisme ;  
**ONG** : Organisation Non Gouvernementale ;  
**ORSTOM** : Institut de Recherche pour le Développement, (actuel **IRD**) ;  
**O.T** : Opérateurs du Tourisme ;  
**PAP** : Programme d'Actions Prioritaires ;  
**P.I.B** : Produit Intérieur Brut ;  
**PME** : Petites et Moyennes Entreprises ;  
**PNUD** : Programme des Nations Unies Pour le Développement ;  
**PRN** : Présidence de la République du Niger ;  
**PTF** : Partenaires Techniques et Financiers ;  
**PPTE** : Pays Pauvres Très Endettés ;  
**ROSELT** : Réseau National de Surveillance Ecologique à Long Terme ;  
**RRAF/OMT** : Représentant Régional de l'OMT pour l'Afrique ;  
**RTB** : Réserve Transfrontalière de la Biosphère du W ;  
**S.N.V** : Organisation Néerlandaise de Développement au Niger ;  
**SAFEM** : Salon International de l'Artisanat pour la Femme ;  
**SDR** : Stratégie de Développement Rural ;  
**SDRP** : Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté ;  
**SIF** : Secteur informel ;  
**SM** : Secteur Moderne ;  
**SMTV** : Salon Mondial du Tourisme et des Voyages ;  
**SNDDT** : Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme ;  
**SNV** : Organisation Néerlandaise de Développement ;  
**SONHOTEL** : Société Nigérienne de l'hôtellerie ;  
**SPEHG** : Société Propriétaire et Exploitante de l'Hôtel Gaweye ;  
**ST – EP** : Sustainable Tourism for Eliminating Poverty ;  
**SWOT** : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces ;  
**T.O** : Tours Opérateurs ;

**TEI** : Tableau des échanges interindustriels ;  
**TIC** : Technologies d'Informations et de Communications  
**TRE** : Tableau des ressources –emplois ;  
**TVA** : Taxe sur la Valeur Ajoutée ;  
**UEMAO** : Union Economique et Monétaire de l'Afrique de l'Ouest;  
**UICN(IUCN)** : International Union for Conservation of Nature;  
**UNDAF** : Plan cadre des Nations Unies pour l'Aide au Développement ;  
**UNDAF** : Plan cadre des Nations Unies pour l'Aide au Développement ;  
**UNESCO** : Organisation Mondiale pour l'Education , la Science et la Culture ;  
**USP** : Unique Selling Propositions ;  
**VA** : Valeur Ajoutée ;  
**VRD** : Voiries, réseaux divers ;  
**WAMP**: West African Museums Programme;  
**WTTC**: World Tourist and Travel Council (Conseil Mondial du Tourisme et des Voyages) ;  
**WWWF** : World Wide Wrestling Federation;  
**ZIT** : Zones d'Intérêt Touristique.

## RESUME EXECUTIF

La Stratégie de Réduction de la Pauvreté (SRP) mise en œuvre par le Gouvernement Nigérien a nécessité la redéfinition, la réorganisation, et la réorientation des politiques sectorielles de développement. Les nouvelles stratégies sectorielles ont désormais pour créneau la gestion axée sur les résultats. Dans cette perspective, le MT/A a élaboré, grâce à l'appui financier de la Coopération Espagnole pour le Développement International (AECID) et technique de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) une Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme (SNDDT).

Outre sa portée de document de référence pour les programmes et actions à réaliser par les autorités publiques en partenariat avec les autres acteurs intervenant dans le secteur et le développement du pays en général, la SNDDT vise à établir le diagnostic du tourisme au Niger, à définir les orientations stratégiques et à identifier les actions prioritaires à mettre en œuvre pendant les cinq années à venir pour rendre la destination touristique du Niger compétitive en Afrique de l'Ouest et lui permettre de bénéficier des bienfaits du tourisme tout en lui évitant ses effets négatifs.

### I. Le Tourisme à la veille de l'élaboration de la SNDDT.

La pratique du tourisme au Niger remonte à la réalisation des infrastructures par l'Etat dans les principaux sites de la vallée du fleuve du Niger où les circuits inter états du Conseil de l'Entente et du Mali étaient organisés. Faute de consolidation, de promotion et de valorisation du fort potentiel de développement touristique fondé sur l'exploitation des ressources naturelles et culturelles et eu égard aux énormes déficits sociaux, le Niger était resté pendant longtemps à une vision qui mettait en avant des secteurs prioritaires : la santé, l'éducation et les secteurs subséquents que sont l'activité minière, l'agriculture et la pêche. Une certaine expansion du tourisme d'affaires à la faveur du boom de l'uranium a été constatée à partir des années 80, valorisée par le tourisme d'aventure et de vision qui a pris forme dans le Nord du pays à Air et Ténéré et à l'ouest dans la vallée du fleuve Niger.

Le premier pas de la relance du tourisme trouve appui dans la Déclaration de Politique Générale (DPG) du Premier Ministre en 2005 qui a présenté le tourisme en tant que source d'accélération de la croissance du pays. Cette position fut réaffirmée par la Stratégie de Développement Accéléré et de la Réduction de la Pauvreté pour la période 2007 – 2011 qui inclut le tourisme dans la grappe de croissance et lui assigne un objectif d'augmentation de 6.8% par an.

Les données officielles estiment l'activité touristique en 2008 sur la base d'un flux d'arrivées par voie aérienne de près de 60 000 touristes et d'une capacité hôtelière de 3 363 lits (2 024 chambres) dans 92 hôtels dont 42 sont classés, à un apport en devises de près de 58 millions US\$ et des emplois créés d'environ 8 000. Le Conseil Mondial du Tourisme et des Voyages (WTTC) indique que le tourisme au Niger représenterait 1.3% de l'emploi total et 1.7% du PIB en 2008.

### II. Diagnostic du Tourisme Nigérien

Le Diagnostic a permis de mettre en évidence les nombreuses insuffisances sur les plans institutionnel, organisationnel et réglementaire que ceux des ressources humaines, matérielles et financières, de la promotion, de la gestion des connaissances, des faiblesses du professionnalisme à tous les niveaux des métiers de l'hôtellerie et du tourisme, du partenariat, de la concertation et de la coordination à même d'assurer la mobilisation des forces vives de la nation nigérienne pour dégager une synergie opérationnelle propre à booster le développement de la destination.

La sous évaluation de l'ensemble de l'activité touristique, la sous exploitation des potentialités et les freins au développement du tourisme sont également soulignés dans le diagnostic.



## 1. Une activité insuffisamment mesurée et appréciée.

Les données statistiques issues d'une part, de l'exploitation des fiches de la DGPN relatives aux arrivées de touristes aux postes frontières et d'autre part, de l'enquête sur les motivations et dépenses touristiques entreprise par l'INS en novembre 2009 font ressortir un flux de 659 932 touristes non résidents ayant visité le Niger en l'an 2008. Il serait de l'ordre de 681 502 en l'an 2009. Le dépouillement des deux sources citées fait ressortir que :

- parmi les arrivées totales de touristes, on dénombre 52.7% de nigériens résidents à l'étranger ; 38.9% d'africains composées en majorité de nigériens, maliens, burkinabés, béninois et ghanéens et 8.4% de non africains constitués en majorité d'européens ;
- l'essentiel du trafic s'effectue par voie terrestre (90.4%), le reste par voie aérienne (9.6%) ;
- 51.3% des arrivées ont indiqué comme raison de déplacement le motif « autres », le motif « affaires » arrive en seconde position avec 33% alors que le motif « tourisme de loisirs » n'a représenté que 9,5% des arrivées au mois de novembre 2009. Les résultats de l'exploitation des fiches de police au niveau des aéroports durant l'année 2008 font ressortir que le tourisme d'affaires représente 29% suivi du motif conférences avec 21.4% ;
- la durée moyenne de séjour passée par touriste au Niger est estimée à 10.6 nuitées ;
- le touriste dépense en moyenne par jour 22 167 FCFA.

La dépense globale des arrivées de touristes au Niger pour 2009 serait donc de l'ordre de 160 132 millions de FCFA soit 359,8 millions d'US \$.

Le tourisme récepteur contribuerait à hauteur de 4.1% au PIB du Niger et créerait directement et indirectement 189 808 emplois.

## 2. Des atouts à valoriser et des faiblesses à corriger.

Le diagnostic a relevé la liste des éléments positifs et celle des éléments négatifs. Les atouts dont les éléments déterminants sont les nombreuses potentialités qu'offrent le parc international W, l'axe du fleuve, de Niamey à Ayourou, les grands déserts du Ténéré et de l'Air, les déserts du Termit et du Tal sont en majorité d'ordre général et surtout liées aux potentialités et au contexte politique et professionnel existant.

Les freins au développement touristique dont l'importance de l'économie informelle qui crée des obstacles à la croissance sont les faibles niveaux de qualification et d'expérience professionnelle et enfin le peu de compétitivité des produits, fortement liés au mode de fonctionnement et surtout à la gouvernance et à l'inefficacité des structures de l'ANT. Le manque de moyens de cette structure est flagrant. Cette situation pénalise le développement des compétences et de savoir faire.

Il en résulte que le renforcement de l'ANT dans ses principaux domaines d'intervention (statistiques, études et planification, réglementation et contrôle des professions, aménagement des sites touristiques, formation, promotion...) constitue une condition nécessaire, si l'on veut mettre en œuvre, avec des chances raisonnables de succès, une véritable stratégie globale à moyen et à long terme du développement durable du tourisme nigérien.

La carence de l'ANT est d'autant plus grave qu'il n'existe pas, au-delà des intentions proclamées de réelle volonté, se traduisant dans les faits, dans une véritable politique d'encouragement, par les pouvoirs publics du développement touristique. Les actions entreprises par certains ministères, susceptibles d'avoir un effet sur l'activité touristique sont le plus souvent décidées sans véritable coordination.

De même, il n'existe pas, malgré les multiples réunions et rencontres, de réelle concertation entre l'ANT et les opérateurs privés ou leurs représentants. Cette situation a créé un certain désintérêt qui cache un doute et un manque de confiance réciproque entre les acteurs privés qui attendent des actions concrètes et publics qui manquent de moyens pour le développement touristique.

### III. Orientation et Objectifs Stratégiques

L'objectif fondamental de la SNDDT consiste à rétablir les équilibres politiques et socio-économiques en vue de la relance de l'activité touristique dans ses différentes facettes sur toute l'étendue du territoire nigérien. C'est là un préalable et une base pour assurer au pays sa véritable vocation tirant profit de ses fortes potentialités, de ses richesses naturelles, de ses diversités culturelles et de ses infrastructures rénovées et remises au niveau des normes internationales. Alors il importe que la croissance quantitative du tourisme nigérien soit parfaitement maîtrisée, que des orientations qualitatives spécifiques soient adoptées par la mise en œuvre de projets inspirés des concepts de tourisme durable, tourisme équitable, tourisme solidaire, que des actions de formation soient mises en œuvre à tous les niveaux et dans tous les domaines. Aussi, il est souhaitable que des formes de rencontre d'un type novateur soient organisées rapprochant touristes et populations visitées et levant certaines incompréhensions inévitables.

L'objectif quantitatif à retenir est l'accroissement du nombre de touristes voyageant pour motif de loisirs, affaires et conférences au taux de 6.8% par an d'ici 2015 tout en encourageant et renforçant le tourisme récepteur en provenance de l'Afrique ainsi que le tourisme interne. Pour y parvenir et répondre aux enjeux et attentes identifiées par le diagnostic, plusieurs objectifs concrets se dégagent :

- optimiser l'organisation du MTA en vue d'une meilleure mobilisation des ressources disponibles. Cette démarche doit apporter plus d'efficacité et renforcer ainsi la légitimité des interventions de l'administration ;
- assurer une meilleure connaissance du secteur du tourisme nigérien à travers l'amélioration de la qualité et de la régulation de la production des statistiques touristiques ;
- renforcer les outils de communication et de promotion de la destination tant au niveau local, régional que national ;
- renforcer l'intégration des TIC dans le secteur du tourisme ;
- promouvoir la destination au travers des nouveaux moyens de communication ;
- créer un nouvel esprit en réunissant en réseau les acteurs du tourisme autour d'une stratégie marketing commune avec comme pivot le CNPT ;
- anticiper et accompagner l'émergence de nouveaux marchés, en particulier le marché chinois, les marchés africains – Nigeria et Afrique de l'Ouest – et les hommes d'affaires qui viendront de plus en plus nombreux au Niger ;
- élaborer un Schéma Directeur d'Aménagement Touristique National tout en assurant la consolidation des produits existants en les renforçant par de nouveaux produits rentables, originaux et accessibles ;
- disposer d'une réglementation tenant compte des réalités, applicable et compréhensible par l'ensemble des acteurs concernés ;
- élaborer un plan de formation cadre pouvant servir de base, de ligne directrice, à toutes les initiatives concernant la professionnalisation du secteur et imposer une charte de qualité du tourisme... ;
- redéfinir les relations et conditions d'intervention pour encourager et maximiser les effets d'un partenariat actif entre tous les différents acteurs du secteur.

Ces objectifs sont déclinés en actions pertinentes qui définissent le programme d'actions prioritaires de la SNDDT.

## IV. Programme d'Actions Prioritaires

Le programme proposé dans le cadre de l'élaboration de la SNDDT au Niger comporte une trentaine d'actions prioritaires classées selon cinq axes stratégiques :

1. Le renforcement du dispositif organisationnel avec **cinq actions** relatives à l'élaboration d'un nouvel organigramme pour l'ANT, la définition des tâches et profil de postes, la mise en place d'un plan de formation, les mesures transitoires compte tenu des ressources disponibles et la proposition d'amélioration de la communication interne.
2. La gestion des connaissances à travers **quatre actions** : structure chargée de la statistique, développement des outils d'information et de communication, stratégie web marketing et plan de communication et de marketing.
3. Consolidation et diversification de l'offre comprenant **huit actions** : validation des orientations stratégiques à long terme, schéma directeur d'aménagement touristique durable et responsable, consolidation des produits existant et valorisation de nouveaux produits, création des zones pilotes écotourisme, amélioration et valorisation des sites touristiques, organisation de nouveaux circuits, mise en œuvre d'un programme de desserte routière, système d'incitation et d'encouragement des investissements touristiques.
4. Amélioration de la qualité de la formation et du contrôle en produisant et servant mieux et en respectant les normes à travers **huit actions** : la réglementation et le contrôle des professions de l'hôtellerie et du tourisme, la proposition de mesures d'amélioration en matière de facilitations ; l'élaboration d'un plan de formation touristique et hôtelière ; le repositionnement et l'identification d'un référent formation au sein du MTA, la mise en œuvre d'un programme de formation de formateurs, l'assistance à la réalisation des projets en cours par le CNPT ; la mobilisation et l'institutionnalisation d'un partenariat entre les acteurs et la politique de qualité (charte de qualité).
5. La coordination des actions à travers **huit actions** ; la création d'un Comité National du Tourisme, La mise en place de Comité Régionaux du Tourisme, le recadrage des missions des entités présentes (CNPT...) ; la sensibilisation des acteurs aux contraintes liées à l'accueil des touristes ; le Salon International du Tourisme ; la création de Clubs Produits ; le programme d'assistance technique aux PME touristiques et la campagne de sensibilisation des collectivités territoriales au tourisme.

Outre le ciblage des actions dont certaines visent plus d'un objectif, le programme d'actions prioritaires retenues constitue la feuille de route de l'ANT qui affiche sa visibilité à ses partenaires et aux promoteurs du tourisme. Il induirait nécessairement d'autres actions aux coûts beaucoup plus élevés d'appui au développement du tourisme au Niger.

## V. Conclusion

Toute politique de développement touristique est nécessairement axée sur l'amélioration et la diversification de l'offre touristique et sur sa promotion. Cette politique d'amélioration, de diversification et de promotion ne pourra se produire dans des conditions économiques, écologiques et sociales satisfaisantes que si des actions sont rapidement mises en œuvre en vue de lever les contraintes les plus importantes, celles qui constituent de véritables blocages.

Les axes à privilégier sont :

- la remise à niveau et la réorganisation de l'ANT en l'érigeant en véritable administration d'orientation stratégique, de suivi et d'évaluation ;
- l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan de formation ;
- une meilleure réglementation et un contrôle des activités touristiques et hôtelières exercées par les entreprises privées, ce qui suppose un renforcement institutionnel ;
- la mise en valeur de l'offre potentielle : aménagement et réhabilitation des sites naturels, d'écotourisme et culturels, construction d'unités d'hébergement adaptées, amélioration des conditions d'accès aux sites et de transport vers la destination ;
- l'amélioration de la qualité des prestations et des services.

D'une manière concrète, le démarrage du processus pourra se faire en adoptant les étapes suivantes :

- Démontrer par des actes et des actions concrètes la volonté des pouvoirs publics à mettre en œuvre une politique cohérente de développement touristique en augmentant sensiblement le budget de l'ANT, la subvention du CNPT, les dotations budgétaires des actions, d'amélioration du produit touristique, relevant des départements et institutions partenaires du tourisme tout en amorçant un dialogue constructif entre le secteur public et le secteur privé ;
- Enclencher un processus de recherche de financements internationaux, notamment par l'organisation d'une table ronde de bailleurs de fonds et la sensibilisation continue des Partenaires Techniques et Financiers aux étapes d'avancement de la mise en œuvre du programme d'actions prioritaires de la SNDDT et de ses besoins financiers ;
- Engager une véritable concertation avec les associations représentatives du secteur privé, débouchant formellement sur la création du Comité National du Tourisme et de Comités Régionaux et Locaux de Développement Touristique et sur le fond sur l'acceptation d'engagements réciproques et d'un calendrier de mise en œuvre.

## INTRODUCTION

Malgré l'importance de ses potentialités riches et variées, le tourisme au Niger est peu développé. Pour la première fois, une volonté politique a été marquée en 2005 à travers l'Axe 15 de la Déclaration de Politique Générale (DPG) du Premier Ministre qui présentait le tourisme comme une source d'accélération de la croissance et un vecteur de lutte contre le sous développement et la pauvreté humaine.

Mais le tourisme n'a été considéré comme grappe de croissance forte qu'en 2007 avec sa prise en compte dans le document de la Stratégie du Développement Accéléré et de la Réduction de la Pauvreté (document cadre de référence du Gouvernement : Axe 1 - Croissance forte, diversifiée durable et créatrice d'emplois). En effet, il est mentionné dans le document SDRP que « À l'instar de l'artisanat, le secteur du tourisme offre une grande capacité de création d'emplois et de revenus, mais également beaucoup d'effets d'entraînement sur d'autres secteurs économiques ». Ce secteur devrait croître de 6,8 % annuellement. Ses axes stratégiques sont :

- l'identification et l'aménagement de nouveaux sites touristiques ;
- la formation et l'amélioration de la qualité des services ;
- l'Appui institutionnel ( l'assainissement et l'organisation du secteur ) ;
- la promotion et le marketing ;
- le développement des activités locales ;
- la réhabilitation des infrastructures hôtelières et touristiques, bien que ce point ne figure pas dans la SDRP.

L'élaboration d'une stratégie sectorielle de développement durable du tourisme s'avère alors nécessaire. Sa faisabilité est devenue une réalité grâce à l'appui financier et technique respectif, de l'Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement (AECID) et l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). L'objet de cette coopération est d'assister le gouvernement du Niger à réviser, actualiser et approfondir son projet de politique nationale pour adopter une stratégie nationale de développement durable du tourisme (SNDDT) qui servirait de référence pour les actions à mener en partenariat avec les administrations et institutions intervenant directement ou indirectement dans le tourisme, les professionnels privés du secteur, les élus, les ONG et les représentants de la société civile. Les objectifs visés par la stratégie sectorielle sont :

- l'établissement d'un diagnostic du tourisme nigérien faisant ressortir les atouts et les goulots d'étranglement qui freinent l'expansion du secteur ;
- la fixation d'objectifs stratégiques compatibles d'une part avec les ressources actuelles et potentielles du pays (promotion du patrimoine naturel et culturel, valorisation de l'artisanat, développement communautaire) et d'autre part avec les possibilités d'attraction de la destination ;
- la disposition d'un plan marketing pour le tourisme nigérien adaptable aux moyens du budget actuel et potentiel ;
- la mise à niveau, l'adaptation et l'actualisation de l'arsenal juridique régissant l'activité ;
- la mise sur pied d'un système performant d'informations, d'audit, d'évaluation de l'impact et de suivi du tourisme : évaluer l'apport du tourisme en termes de valeur ajoutée, d'emplois directs et indirects, de revenus distribués aux ménages, aux collectivités, à l'Etat, et faire des propositions d'amélioration de leur apport par l'exploitation judicieuse du potentiel touristique du pays ;
- l'encouragement de l'investissement touristique en diversifiant l'activité et en faisant bénéficier les différentes régions de la croissance après identification des besoins d'aménagement de sites touristiques, tout en y impliquant les communautés locales, acteurs et bénéficiaires du développement du tourisme ;
- la nécessité de renforcer les capacités de l'administration pour lui permettre d'appuyer la relance en la restructurant, la réhabilitant et la dotant de moyens matériels et humains.

La SNDDT constitue, sans aucun doute, une contribution essentielle pour la définition d'une politique et d'orientations stratégiques à long terme des activités touristiques conformément aux orientations contenues dans la Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté (SDRP). Les orientations seront compatibles avec les potentialités et tiendront compte des moyens limités que le Niger pourrait consacrer à leur mise en œuvre. Cette politique et ces orientations seront définies grâce à la conduite préalable des analyses dans les différents domaines concernés par le développement touristique, et à la formulation d'un diagnostic global et par domaine permettant d'identifier les principaux problèmes et les contraintes qui entravent le développement du secteur.

L'élaboration de la SNDDT au Niger est effectuée en deux étapes : La première a pour objet la préparation du rapport « Diagnostic » suivi des orientations stratégiques, définie communément par l'équipe des consultants et le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Au cours de la seconde phase, le rapport final a repris les conclusions du diagnostic et proposé un programme d'actions prioritaires présenté sous forme de fiches de projets indiquant pour chaque action retenue :

- ◆ la justification ;
- ◆ les objectifs visés ;
- ◆ les résultats attendus ;
- ◆ le degré de priorité de la mise des actions (ou activités) ;
- ◆ les bénéficiaires directs et indirects ;
- ◆ le mode de mise en œuvre, le coût et les sources de financement proposés ;
- ◆ indicateurs et sources de vérification (de réalisation ou responsable de chaque activité).

Le diagnostic a permis de décrire, après une présentation générale du Niger, l'état des lieux du secteur touristique, d'en analyser le fonctionnement et de préciser les éléments de diagnostic qui fournissent les données permettant de considérer la situation d'un œil averti, d'arrêter les orientations stratégiques et de proposer le plan d'actions prioritaires.

# 1. PRESENTATION DU NIGER

## 1.1. SITUATION GÉOGRAPHIQUE ET POPULATION

Le Niger est un pays d'Afrique steppique, aux frontières avec l'Algérie (956 km), le Bénin (266 km), le Burkina Faso (628 km), le Tchad (1175 km), la Libye (354 km), le Mali (821 km) et le Nigeria (1497 km). Situé en Afrique Occidentale entre les parallèles 11°37' et 23°33' de latitude nord d'une part, et les méridiens 16° de longitude Est et 0°10' de longitude Ouest d'autre part, le Niger s'étend sur 1 267 000 km<sup>2</sup>. Il est le plus vaste des pays de l'Afrique Occidentale et se classe 6<sup>ème</sup> à l'échelle continentale après le Soudan, l'Algérie, le Congo, la Libye et le Tchad. Les deux tiers du territoire au Nord se trouvent dans le désert du Sahara, avec des zones montagneuses comme le plateau du Djado ou le massif de l'Air qui possède le point culminant du pays à plus de 2000 m d'altitude et où la végétation est quasi-inexistante. C'est aussi la zone des grandes dunes et des étendues sableuses du Ténéré. Un seul grand fleuve, le Niger, traverse le pays sur 550 km dans sa partie occidentale. C'est sur ses rives qu'est installée Niamey, la capitale. Le Sud du pays représente la partie sahélienne, voire soudanaise à la frontière du Bénin. Il s'agit d'une zone plate avec le fleuve Niger à l'ouest et, en période de grandes eaux, le lac Tchad à l'est. C'est la région verte du pays. Elle est relativement arborée, avec une végétation de brousse.

Sa position en altitude explique son climat tropical au sud et désertique au Nord dont les 4/5<sup>ème</sup> sont constitués de déserts (Nord) et 1/5<sup>ème</sup> de savane (Sud) convenant à l'élevage et à l'agriculture.

Le climat est caractérisé par trois saisons : chaude (de mars à mai), pluvieuse (de juin à septembre) et froide (d'octobre à février).

Les conditions climatiques permettent de distinguer trois grandes zones :

- a. La zone soudanaise, essentiellement agricole, soit 10% de la superficie du territoire avec une pluviométrie de 600 à 800 mm par an : Tillabéri, Niamey et Dosso (Zone Ouest) correspondant à l'écorégion AT00722<sup>1</sup> selon la classification proposée par le WWF.
- b. La zone sahélienne à vocation agricole et pastorale, soit 30% de la superficie du territoire avec une pluviométrie comprise entre 200 et 600 mm par an : régions de Tahoua, Maradi, Zinder et Diffa (Zone du Sud et du Centre Est) correspondant aux écorégions AT0722-AT0713-AT0904- PA1329 et PA1332.
- c. La région subdésertique, soit 60% du territoire dans laquelle des activités n'existent que dans quelques oasis ou vallées de koris : Région d'Agadez et une partie de Tahoua (Zone Nord) correspondant aux écorégions PA1327- PA1329 et PA1332.

Sa situation géographique fait du Niger un carrefour d'échanges entre l'Afrique du Nord et l'Afrique au Sud du Sahara. Le pays est multi ethnique et constitue une terre de contact entre l'Afrique noire et l'Afrique blanche. Ses 14,2 millions d'habitants en l'an 2007 sont composés des ethnies suivantes : les Haoussas 56%, les Djerma-songhaï 22%, les Peuls 8,5%, les Touaregs 8%, les Bérébérés 4,3% et les Arabes, Toubous et Gourmantchés 1,2%.

Le recensement de la population révèle que la population active est de 3 469 057 hbs dont 3 416 920 hbs sont actifs occupés sur une population résidente de 11 060 291 au premier juin 2001, soit l'équivalent de près de 3,7 millions d'actifs occupés en 2009.

Le Niger dispose d'une population jeune, 48% ont moins de 15 ans. Potentiellement active, cette jeunesse constitue à la fois un facteur de dynamisme économique ainsi qu'un lourd défi à relever en termes de tendances démographiques (+3,3%), d'emploi, de revenu, de logement, de santé, d'infrastructures et d'éducation. Les conséquences en sont sévères puisque ce pays enregistre une des plus faibles espérances de vie à la naissance (49 ans).

<sup>1</sup> Codes WWF: AT0722 west sudanian savana; AT0713 sahelian acacia savana; PA1329 south Saharan steppe and woodlands; PA1327 Sahara desert; PA1332 west Saharan mountain xeric woodlands; AT0904 lake tchad flooded savana.

Le pays est fortement rural avec 83% de la population habitant en milieu rural. Ceci n'empêche que 75 % de la population vit sur une bande d'environ 150 km de large au sud et sud-est du pays où se trouve la grande partie des 12% des terres cultivables. Cette situation dégrade et appauvrit sensiblement la qualité des sols. Néanmoins, l'agriculture et l'élevage constituent des activités essentielles dans l'économie du Niger. Cette économie a toujours été dominée par le secteur agricole de subsistance, au sein duquel mil et sorgho représentent environ 80% des terres cultivées.

**Carte 1 : Carte du Niger**





## 1.2. STRUCTURES ÉCONOMIQUES

Après la récession de 2004, causée par de mauvaises récoltes, le Niger a connu deux années de croissance économique soutenue, avec environ 5% en 2005 et 7% en 2006. La poursuite du soutien des institutions internationales devrait se traduire par de nouvelles hausses de 5% du PIB réel. Pour 2008 et 2009, avec la bonne dynamique escomptée dans le secteur minier et agricole, le PIB devrait progresser aux alentours de 5% par an en volume.

Mais, bien que des progrès aient été constatés dans des domaines comme l'éducation et la santé, le Niger figure toujours parmi les pays les moins avancés en termes de l'indice de développement humain (174<sup>ème</sup> sur 177 en 2008). La pression démographique et la réduction des terres cultivables favorisent entre autres la pauvreté qui touche encore plus des deux tiers de la population.

Mais, l'économie du Niger repose pour l'essentiel sur l'agriculture, l'élevage, la forêt et la pêche, qui occupent également une grande partie de la population active 70% participant à hauteur de 39% au PIB en 2008<sup>2</sup>.

La contribution du secteur services et commerce des marchandises, qui absorbe 12% de la population active est conséquente avec 44% du PIB, malgré l'importance des circuits commerciaux informels qui représentent environ 70% du PIB.

L'activité industrielle au Niger est assez peu développée, 17% du PIB et 18% dans la population active en 2008. Elle est centrée, pour l'essentiel, sur l'agro-alimentaire. La part du secteur manufacturier dans le PIB est demeurée stable ; les autres industries, qui incluent diverses industries extractives - dont l'uranium - la construction et le secteur énergétique, ont par contre connu une relative baisse de leur part dans le PIB.

En effet, la crise des années 80 a sensiblement modifié la structure de l'économie nigérienne ainsi que la conception et la gestion du service public. Le trait le plus saillant de cette évolution est une «informalisation» croissante de l'économie face à un secteur moderne moins performant.

Le secteur formel privé au Niger est de taille restreinte. En début 2006, celui-ci était composé d'environ 600 entreprises, la plupart dans la finance et la micro finance, le transport le commerce. Ce secteur incluant celui des mines – emploie environ 8000 personnes, soit l'équivalent d'un tiers de l'emploi dans le secteur public. Pendant la même période, le secteur manufacturier formel était composé de 59 entreprises, localisées pour l'essentiel aux environs de Niamey, qui employaient près de 2000 personnes. Le secteur se concentre principalement sur la production de savon et de détergents, l'embouteillage, le traitement d'oléagineux, le riz, le coton et les produits pour le bétail.

## 1.3. LE CONTEXTE TOURISTIQUE NIGÉRIEN

### 1.3.1. Les atouts touristiques

La revue des produits offerts prédestine, selon certaines conditions, le Niger au rang d'une destination internationale d'avenir pour la pratique de toutes les formes de tourisme hors balnéaire qui correspondent aux préférences actuelles et futures de plus de 75% du potentiel du tourisme international mondial et du tourisme interne.

#### a. Un produit touristique centré sur trois (03) destinations.

Le produit touristique nigérien est centré sur trois (03) destinations : le Massif de l'Air et le désert du Ténéré (région d'Agadez), la région du Fleuve – Parc « W » (Niamey, Dosso, Tillabéry) et le Niger Centre Est avec la réserve de Termit dont le processus de classement est avancé (Tahoua, Maradi, Zinder et Diffa).

**Le « Tourisme Saharien au Nord** avec les oasis du Kawar – Djado, le massif montagne de l'Air et le vaste et mythique désert de l'Air et du Ténéré présente des variantes rampantes au Sud – Est avec les déserts

<sup>2</sup> Données de l'INS

du Termit et du Tal. Cette région est la zone principale d'attraction touristique où l'on trouve des ossements de dinosaures, des gravures rupestres, des réserves naturelles ainsi qu'une culture authentique encore entièrement préservée et un artisanat riche et varié.

**Le « Tourisme fluvial » dans la vallée du Fleuve Niger** est aussi un important pôle d'attraction touristique avec le Parc du W, les dernières girafes en liberté d'Afrique de l'Ouest, une végétation tropicale préservée, ainsi qu'une large variété ornithologique et faunique. Cette zone est également le creuset de l'histoire de grands empires africains comme l'Empire Songhaï et possède des sites archéologiques et civilisationnels importants, ainsi qu'une gamme variée de produits artisanaux.

**Le « Tourisme culturel » est dominant dans le Centre – Est du Niger** et présente une riche diversité culturelle et artisanale. Terres de grands empires africains comme celui du Kanem Bornou, des Cités – Etats Haoussas et de l'empire Peulh de Sokoto ou encore de sultanats influents comme celui du Damagaram. Cette région recèle une forte concentration d'œuvres architecturales typiques, et l'influence de la chefferie traditionnelle y est encore très fortement perceptible. Mais, le produit culturel est un produit transversal qui renferme aussi bien l'histoire que les rites et certaines fêtes traditionnelles qui sont très prisées des visiteurs.

Le Niger a également été une terre de convergence des explorateurs européens, hommes de sciences ou missions militaires coloniales, avec le lot de malheurs et d'héroïsme dont les traces encore visibles constituent un axe de thématique touristique qu'il faut développer sous l'appellation de la route des explorateurs. L'histoire du Niger se traduit aussi par des rites et festivités traditionnels qui offrent une approche de développement d'un tourisme spécifique avec la valorisation des manifestations culturelles et/ou culturelles d'inspiration traditionnelle. Ce sont les mythes Aznas, les rites de Massalata, la danse Sonianké ou le symbole de la force du lait, etc... certaines fêtes traditionnelles ou religieuses comme la Cure Salée, le Guéréwool, le Bianou ou le Gani, le Festival de l'Air, le Festival des Civilisations du Fleuve etc ont été érigées en produits d'appel touristiques.

Néanmoins, tout cela mérite une meilleure structuration grâce à une bonne coordination institutionnelle afin que le Niger parvienne, à l'instar des autres pays de la sous région, à une meilleure maîtrise de la programmation de ces manifestations que les agences de voyages ou les tours opérateurs internationaux peuvent intégrer dans leurs catalogues.

#### **b. Existence d'aires protégées**

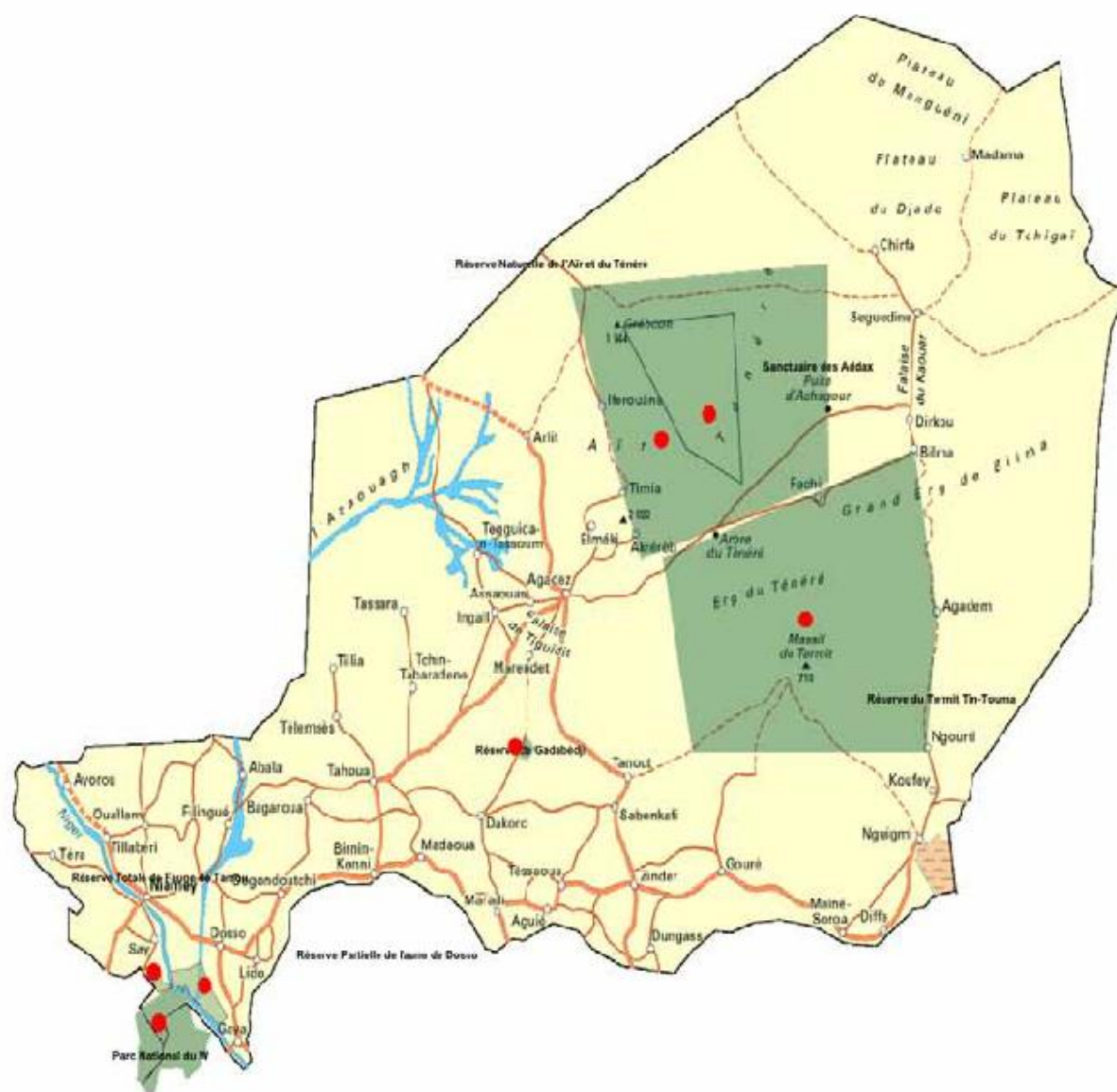
Une des particularités du Niger est l'existence de huit (8) catégories d'aires protégées (selon la classification de l'UICN): Les forêts classées, les forêts protégées (Baban-Raffi et Guesselbodi), le parc national, la réserve intégrale, la réserve totale, la réserve naturelle nationale, la réserve partielle de faune, la réserve de biosphère, ainsi que de nombreux parcs agro forestiers et les ranchs, qui constituent des sites potentiels pour la conservation in situ.

Les aires protégées sont au nombre de six (6) : le Parc National du "W", la réserve intégrale ou sanctuaire des addax, la réserve naturelle nationale de l'Air et du Ténéré, la réserve totale de faune de Tamou, la réserve de Gadabédji, la réserve partielle de faune de Dosso.

**Tableau 1. Date, catégorie et superficie des 6 principales Aires protégées du Niger**

Nom de l'Aire Protégée	Date de création	Catégories UICN	Superficie (ha)
Parc National du "W"	1954	2	220.000
Réserve de Faune de Gadabédji	1955	4	76.000
Réserve Totale de Faune de Tamou	1962	4	77.740
Réserve Partielle de Faune de Dosso	1962	4	306.000
Réserve Naturelle de l'Aïr et du Ténéré	1988	1 et 4	7.736.000
Sanctuaire des Addax inclus			

**Carte 2 : Principales Aires protégées du Niger**



Parmi ces aires protégées, deux bénéficient d'une labellisation internationale et sont inscrites sur la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO (le Parc National "W" et la Réserve Naturelle Nationale de l'Air et du Ténére). Ces deux dernières sont également classées Réserves de Biosphère du réseau MAB (Man And Biosphère) en 2 000. La réserve du Termit Tin-Touma est en cours de création dans le cadre du projet Antilopes Sahélo Sahariennes (ASS). Trois zones biogéographiques représentatives de la diversité des paysages nigériens font l'objet d'une analyse poussée.

#### **i. Le Parc National du W 3.**

La région du W du Niger constitue en Afrique Soudano-Sahélienne, un réservoir exceptionnel de biodiversité enrichi par les reconnaissances récentes (Site Ramsar en 1987, Site du Patrimoine Mondial en 1996, Réserve de biosphère en 1996) et l'existence de plus de 16 îles, des gorges (gorge de la Tapoa, gorge de la Mékrou), le site de Baobab 100 sites archéologiques. Malgré une pression anthropique sans cesse croissante, les potentiels floristiques et faunistiques de cette région, ainsi que les fonctionnalités de l'écosystème sont encore bien préservés et ne présentent pas d'atteintes irréversibles (source Le Berre). La région concernée abrite plus de 80% de la biodiversité du pays, héberge les populations de faune les plus nombreuses et des formations végétales qui ne se trouvent nulle part ailleurs sur le territoire nigérien. Le Parc National du W du Niger est un parc national transfrontalier. Dans sa totalité, il couvre plus de 10.000 kilomètres carrés répartis entre le Bénin (550.000 ha), le Burkina Faso (250.000 ha) et le Niger (220.000 ha). Le site appartient au bassin du Niger, ce fleuve constituant la limite nord du Parc National. Le réseau comprend principalement deux bassins versants, celui de la Tapoa au nord-ouest, celui de la Mékrou au sud-est.

Plus de 500 espèces de végétaux vasculaires ont été répertoriés dans cette zone. De nombreuses espèces sauvages, voisines d'espèces actuellement cultivées, constituent des réservoirs de ressources génétiques. Cela dit, les espèces animales sont représentées par de nombreux vertébrés et invertébrés dont 100 espèces de reptiles.

Par ailleurs, plus de 400 espèces d'oiseaux migrateurs et afro-tropicaux ont été recensées dans la région. La faune de grands mammifères compte 73 espèces de grande faune avec la présence des espèces phares : éléphants, buffles, hippopotames, les carnivores (lions, guépards, lycaon).

Sur le plan culturel, le Parc du W du Niger, province archéologique peu connue jusqu'alors, s'avère un haut lieu de la préhistoire en région sahélienne. Il s'agit d'un milieu naturel au paysage de savane privilégié, car il a joué depuis des temps immémoriaux, un rôle attractif pour les nombreuses populations préhistoriques qui s'y sont succédées sur le long de la Mékrou. Les premières recherches effectuées dans la zone font émerger la richesse d'une région sahélienne, dont l'occupation humaine ancienne est restée longtemps inconnue.

Toutes les périodes sont représentées, en une longue séquence qui paraît ininterrompue de l'Achéuléen au Subactuel, en passant par le Paléolithique récent, le Néolithique et l'apparition d'une métallurgie du fer.

- 
- <sup>3</sup> Voir Plan d'aménagement et de gestion du parc régional du W 2006-2010 en trois tomes : Etat des lieux, Stratégie et mise en valeur et dont la thématique tourisme occupe une place importante ;
  - Accord pour la gestion concertée de la Réserve de Biosphère Transfrontalière du W ;
  - Projet de document sur la promotion du parc régional W.

## ii. La Réserve Naturelle de L'Air et du Ténéré.

L'Air est un massif montagneux situé au nord-ouest du pays, étendu sur 300 km du nord au sud et 200 km d'est en ouest. Il présente un ensemble de hauts massifs cristallins et volcaniques émergeant d'un socle ancien. Les altitudes dépassent souvent 1000 m ; le point culminant de l'Air est situé dans le massif du Gréboun (2310 m). Le versant méridional s'enfonce dans une dépression dominée par la falaise de Tiguidit. Le versant oriental est en contact avec la zone sableuse du Ténéré. A l'ouest, la transition se fait rapidement avec la plaine du Talak et les régions de l'Azawak et du Tamesna. L'Air présente ainsi un faciès varié au centre d'une zone de plaines monotones hyperarides. Les villes principales sont Agadez et Arlit, Tchiro et Bilma.

Le Ténéré constitue la plus grande partie du nord-est du pays. C'est une plaine sableuse hyperaride qui se termine à l'est par la falaise du Kowar et au nord par le plateau du Djado et du Mangueni. C'est, avec la Majabat al Koubra et le désert libyque, la zone la plus aride du Sahara actuel dont la ville principale est Bilma.

Les parois des principaux massifs montagneux sont caractérisées par des dessins et des gravures issus de la préhistoire. Ces gravures représentent la plus part des animaux que l'homme cotoyait depuis le début du Néolithique jusqu'aux époques historiques en même temps que certains traits de sa vie quotidienne durant des millénaires.



Entre autres attractions touristiques de la Réserve la présence des espèces telles que le mouflon à machette, les guépards du Sahara, les outardes et la diversité des espèces d'oiseaux.

## iii. La forêt classée, le lac de Madarounfa et les tombeaux des 99 saints

La forêt de Madarounfa se trouve à environ 1 km au nord du lac. Elle est classée par décret n° 4400 de 1950 avec une superficie de 830ha. La superficie du site abritant les tombeaux est de 800 hectares, mais celui-ci n'est pas aménagé malgré la fréquentation régulière du site par des personnes venant de tous les horizons y compris des pays voisins comme le Nigeria et même le Cameroun. Les tombes sont matérialisées par un muret rectangulaire dont les dimensions sont variables. Les tombeaux sont situés aux bords d'un lac et certains sont engloutis. Il y a lieu d'engager une mission d'évaluation de l'état de conservation des tombeaux et la mise en valeur du site par une campagne d'affichage permanente retraçant l'histoire des 99 saints.

Le tableau ci-après indique les principales attractions touristiques par ensemble de régions touristiques au nombre des trois grandes destinations offrant, outre leurs attractions touristiques principales, le potentiel de développement d'autres formes de tourisme .

**Tableau 2 : Produits (Attractions) touristiques par ensemble de régions**

Ensembles touristiques de régions	Produits touristiques
<p><b>Agadez</b></p>  <p>Bedroom accommodations at the <i>Cure Salée</i>, Ingal</p>  <p>Formes de tourisme :  <b>Tourisme saharien</b>            Tourisme culturel            Tourisme Scientifique            Tourisme thématique            Tourisme de sport            Tourisme Religieux</p>	<p><b>Attractions principales :</b></p> <p>Massifs de l'Air et leurs villages; le Ténéré; la vallée du Kowar; La source thermale de Tafadek; Gadafawa; Bois silicifié de Marandet; Sites de gravures rupestres de Mamanett, Ewelen et Anagam; Sites de gravures rupestres de Blaka à Djado; Agadez pendant le Bianou et le Gani; ancienne ville d'Agadez avec sa grande mosquée et les anciens quartiers ; L'Azalaï; la cure salée; La Fantazia-Tendé; Marandett; les forteresses du Djado; oasis de Fachi. Festival d'Iférouane, Réserve Air Ténéré, Fantazia à Agadez ; Ruines d'Assodé.</p> <p><b>Attractions secondaires :</b></p> <p>Arbre de Ténéré; Uranium d'Arlit; Oasis de Bilma, ; Charbon d'Anou Araren à Tchirozérine; *Takédat; *Séguédine; Monuments d'El Mécki de Timia et de Touradji dans l'Air; Iférouane (Agaza); *Bilma; *Chants et danses traditionnelles; Village artisanal d'Agadez ; Palais du sultanat Almoumoune ; Palais de l'Anastafidet.</p>

**Niamey, Dosso et Tillabéry**



Formes de tourisme :

**Ecotourisme**

Tourisme de vision

Tourisme cynégétique

Tourisme culturel

Congrès, affaires, détente, sport

Tourisme religieux

**Attractions principales :**

Parc du W de la Tapoa; Réserve de Tamou; Cours du fleuve; Firgoun; Ile de Boubon; Sargane; Marché d'Ayorou; Marché de Ballayara; Musée National; Marchés Katako et Wadata; Festival international de la mode africaine (FIMA); lutte traditionnelle; Coopérative d'artisans; Village artisanal de Wadata; SAFEM; Rôneraies de Dallol; Tombeaux des Baoura à Lougou(Doutchi), Kiota pendant le Mouloud; Gaya pendant la fête des pêcheurs et les danses de possession; Centre artisanal de Dosso; Palais du chef de province; Musée de Dosso; Réserves des girafes à Kouré; sites d'exploitation traditionnels de natron le long du Dallol Maouri; la mare de Namga Koukourou, les aménagements hydro-agricoles de Namari gougou regorgeant d'énormes potentialités aviaires dont les oiseaux d'eau ; La mare de Tadé(BirniGaouré)et'Albarkaizé(Gaya); Le tombeau de Alpha Mahaman Diobbo à Say et celui de Mali Béro à Sargane.

**Attractions secondaires :**

Hotoungo dans la région de Say - Lamordé; \*Artisanat local; \*Dunes de sable de Ballayara; \*Chants et danses traditionnelles; \*La corniche de Gamkallé; \*Petit marché; \*Foire sylvo-agropastorale; Forêts classées Gorou bassanga de Gaya; \*Chants et danses traditionnelles Gaya; \*L'île de Lété à Gaya , le lac de Kokorou, Peintures rupestres de Kourki, Dunes de sable de Kolman.

<p><b>Maradi, Diffa, Tahoua, Zinder</b></p>   <p>Formes de tourisme :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Tourisme culturel</b></li> <li>Tourisme de vision</li> <li>Tourisme cynégétique</li> <li>Tourisme d'aventure</li> <li>Tourisme nature</li> </ul> 	<p><b>Attractions principales :</b></p> <p>Lac de Tabalak; Massif de l'Ader (Madaoua, Bouza, Keïta); Hotoungo à Tahoua; Villages artisanal de Tahoua, Maradi et Zinder; Massalata (Konni); lac de Madarounfa; Les rochers de Nilloua, la Réserve de Gadabédji ; la Komadougou Yobé (site de concentration des oiseaux d'eau). La tombe de Kaoura Assaou ; Réserve de Baba Rafi; Tombeaux des saints de Madarounfa; Tibiri Maradi; Pêche à Madarounfa; Guérouwelle à Bermo (Dakoro); Massif de Termit; Rochers de Zinder; Ancienne ville de Birni à Zinder; Le désert du Tal (N'Guigmi); Chants et danses traditionnelles des régions; l'Azawak. Les mosquées en terre de la région de Tahoua.</p> <p><b>Attractions secondaires :</b></p> <p>*Tombeau de Malam Djibir à Doguéraoua (Madaoua); *Birni N'Konni; *Tahoua; *Tessaoua; * ville de Maradi; ; *Marché de Sabon Kafi; Tirmini; *Marché -Poteries de Mirriah; *Le lit du Lac Tchad; *Saline de Goudoumaria; *Garoummélé "ancienne capitale de Bornou; *N'Guigmi pendant le Soumaïram; *Gueidam Tchoukou pendant le festival de pêche (20 km au nord ouest de Diffa) ; *Marché de Baki Birgi, la mare de Dan Doutchi, la vallée de la Magia, la Cité de Bouza.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Si l'on résume cet inventaire, il ressort un certain nombre de produits qui peuvent être considérés comme uniques au monde et dont **certains seulement** vont ressortir des offres des opérateurs touristiques actuels, d'autres devant émerger à l'application d'une stratégie nationale de développement durable du tourisme au Niger. Ces USP (Unique Selling Propositions) peuvent se résumer en destinations et en produits thématiques. Ils formeront l'image du Niger et constitueraient les axes et pôles du tourisme nigérien à savoir :

#### a. Dans la région Niamey, Dosso et Tillabéry

- **L'axe du fleuve Niger de Yassan (frontière de Mali) à Dolé (frontière Nigéria) en passant par Ayorou, Tillabéry, Niamey et Gaya :** cette région du Niger était, jusqu'aux années 1970, la principale destination du tourisme international. Il s'agit de la faire revivre en incitant la création d'agences de voyages réceptives locales à la relancer. Les produits touristiques de cet axe sont multiples : du tourisme religieux à Say jusqu'à la connaissance de la « culture du fleuve et de l'hippopotame » à Ayorou. La capitale du pays, Niamey, peut aussi offrir des festivals culturels spécifiques, elle possède un musée avec d'excellentes collections, comme celles de dinosaures, mais doit être mieux mise en valeur.

- **La zone Girafe** est classée Réserve de Biosphère de la région du Parc National du W Niger à cause de la présence d'une espèce emblématique "Giraffa camelopardalis peralta", dernières populations des girafes vivant en Afrique de l'Ouest.

- **Le fleuve Niger, les îles et la vallée :** Le fleuve Niger et ses affluents (Gorouol, Sirba, Goroubi, Tapoa, Mékrou) renferme un nombre considérable d'espèces (mammifères: crocodiles, hippopotames, lamantins, antilopes et carnivores). Son bassin dispose d'un important potentiel faunique. Il



constitue, par ailleurs, tout au long de son parcours un cadre exceptionnel avec un paysage diversifié et un patrimoine culturel riche et varié. Il dispose d'un potentiel en ressources naturelles, culturelles et archéologiques pouvant contribuer substantiellement au développement du pays. Sur le plan culturel, les îles du Fleuve Niger constituent un paysage mixte en regard de son environnement fluvial qui joue depuis des temps immémoriaux un rôle attractif pour les nombreuses populations qui s'y sont succédées. La spécificité de ces îles est également marquée par cet habitat peint et décoré par les femmes. Cette pratique est maintenue par son embellissement pendant la préparation d'événements culturels et religieux. Ce qui confirme son caractère unique.

- **Le pôle du Parc international du W** inscrit sur la Liste du patrimoine mondial depuis 1996, la Tapoa et les zones jusqu'à Gaya qui l'entourent pour bénéficier des retombées d'un tourisme international de qualité qui vient de l'Occident, mais aussi du Bénin et du Burkina Faso.

#### **b. Dans la région Maradi, Diffa, Tahoua, Zinder :**

- **L'axe de l'est de Maradi à N'guigmi**, terres de grands empires africains comme celui du Kanem Bornou, des Cités – Etats Haoussas et de l'empire Peulh de Sokoto ou encore de sultanats influents comme celui du Damagaram. L'ensemble architectural autour du Palais du Sultan de Zinder – le quartier de Birni - serait candidat pour la liste du Patrimoine mondial. En outre les déserts de Termit et du Tal présentent des paysages remarquables non loin du Lac Tchad que se partagent le Niger, le Tchad, le Cameroun et le Nigeria. Ce dernier malgré ses fluctuations reste une attraction importante en raison de ses zones humides qui attirent des oiseaux migrateurs.

- **La Réserve de faune de Gadabedji** a été créée en 1955 pour protéger les oryx algazelles (aujourd'hui disparues dans le pays) et les gazelles. Elle est la seule réserve du Niger dans la zone du Sahel et du Sahara. De ce fait, elle a gardé ses caractéristiques originelles. Un programme de réintroduction de l'Oryx par la fondation IGF en collaboration avec le Ministère de l'Environnement et de la Lutte Contre la Désertification est en cours. Le non respect du statut d'aire protégée par les populations locales qui pratiquent une activité pastorale intense au sein de la réserve est à regretter. Il est alors important de participer avec le Ministère de l'Environnement à l'élaboration d'un plan de gestion de la réserve.

- **Le massif du Termit** présente une diversité de milieux. Ces potentialités offrent par ailleurs de très bonnes aptitudes à l'exploitation touristique notamment par la présence de la beauté du paysage et l'existence de site d'occupation humaine (massif rocheux, pitons, dunes, gravures, sites archéologiques, etc...). Sur le plan écologique, le massif du Termit renferme d'importantes potentialités fauniques et végétales (Addax, Guépard, Gazelles Dama, Mouflons à manchettes...).

#### **c. Dans la région Agadez :**

**L'axe du nord-est autour du pôle d'Agadez avec les grands déserts du Ténéré et de l'Aïr**, inscrits comme réserves naturelles, dans la liste du Patrimoine Mondial, mais aussi les cultures anciennes originales avec des attractions comme les ossements de dinosaures, des gravures rupestres. Ce sont les sédiments du Continental Intercalaire, déposés de la fin du Trias au Crétacé Inférieur, qui contiennent les gisements de bois silicifiés et de dinosauriens, dont le plus important est celui de Gadoufaoua à 150 km au Sud-Est d'Agadez et de la région d'In Gall. De nombreux gisements de fossiles végétaux, animaux et surtout de vertébrés ont été mis à jour de 1960 à 2005 au Niger dans diverses couches géologiques. Les principaux gisements sont les régions de Tillia, In Abangharit, Gadoufaoua, In Gall et Marandet. Actuellement, cinq squelettes de dinosaures et de crocodiliens sont exposés au Musée National du Niger à Niamey ( Le crocodilien *Sarcosuchus imperator*, le dinosaurien herbivore *Ouranosaurus nigériensis*, le dinosaurien carnivore *Afrovenator abakensis*, le dinosaurien carnivore *Suchomimus tenerensis*-11m Long-, le grand dinosaurien herbivore *Jobaria tiguidensis* -20m Long et 11m Haut-). Le squelette du crocodilien *Supercroc* est en étude à Chicago. De plus, cette zone renferme la route du sel qui part de l'Aïr, traverse le désert du Ténéré et arrive à Blida où se trouvent les salines, lieu d'extraction du sel indispensable aux transactions. C'est là un nouveau produit touristique à promouvoir auprès des agences de voyages.

Cependant cette zone n'est plus considérée comme stable depuis trois ans et certains opérateurs basés à Agadez préfèrent aller plus au sud vers Zinder et Diffa pour proposer des circuits de désert et du culturel.

**En conclusion de ce rappel, le Niger est le seul pays de l'Afrique sub-saharienne qui peut offrir une telle diversité entre le désert et le sahel avec des produits phares mentionnés ci-dessus. Il peut ainsi offrir une thématique assez unique au monde mixant désert et savane. Son image peut être ainsi renforcée.**

### **1.3.2 . Les initiatives de coopération dans le domaine du tourisme**

L'idée d'une stratégie nationale de développement durable du tourisme (SNDDT) est née avec l'adoption du premier document stratégique de réduction de la pauvreté au Niger qui mettait l'accent sur la diversification des produits touristiques notamment le tourisme culturel et l'écotourisme. L'OMT y a répondu favorablement en dépêchant un consultant pour la définition des termes de référence pour un appel d'offres international pour l'élaboration de la SNDDT conformément aux procédures de la Banque Mondiale qui était prête à appuyer son financement. Ladite initiative n'ayant pas abouti, Le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat l'a relancée. C'est ainsi que sur fonds propres, il a invité le consultant désigné initialement par l'O.M.T à animer une mission d'identification des principaux besoins d'aménagement et d'exploitation des potentialités touristiques des communes et régions du Niger en matière d'investissement et de lever les obstacles qui entravent le décollage touristique du pays. C'est dans ce cadre que ce sont tenues, durant la période allant du 11 au 24 avril 2007, diverses réunions dans cinq régions du Niger ; Niamey, Tillabéry, Dosso, Tahoua et Agadez. Une deuxième mission qui malheureusement n'a pas eu lieu devait couvrir les trois autres régions Maradi, Zinder et Diffa.

La mission a recueilli les avis, les propositions et les recommandations des participants aux réunions (plus de deux cents personnes représentant les professionnels du tourisme et les responsables administratifs et élus des régions visitées). Elle a déposé un rapport intermédiaire fort intéressant estimant les projets à 37, pouvant faire l'objet d'une analyse prioritaire ainsi que des propositions et recommandations pour l'élaboration de la S.N.D.D.T. Une telle initiative devrait être menée à sa fin par le Ministère du Tourisme pour aboutir au souhait et but de l'équipe d'experts à savoir « 100 projets pour le tourisme au Niger tel devrait être après la deuxième mission, le « Slogan » d'une Action Globale du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. On disposerait alors selon la mission d'un catalogue de projets qui, après classification selon le concept d'investissements structurants, permettrait au pays si on les réalise d'assurer son décollage sur le plan touristique et d'avoir des effets de levier sur le développement durable du Niger.

Le produit de la mission constituerait une excellente base de données de projets dont la viabilité demanderait à être vérifiée pour servir de base à un travail plus approfondi d'initiatives nationales de développement humain qui pourraient trouver leurs sources de financement auprès de l'O.M.T (Programme ST-EP), du PNUD, de la Banque Mondiale et des autres bailleurs de fonds internationaux, gouvernementaux et privés. Il servirait par ailleurs aux travaux d'élaboration de l'étude de la SNDDT tant au niveau d'une partie des tâches de l'établissement du diagnostic que des propositions du plan d'actions prioritaires.

Dans le cadre du programme ST - EP, une mission d'identification de projets de développement durable du tourisme axés sur la lutte contre la pauvreté a été effectuée au Niger par un consultant de l'OMT en janvier 2008, suite à la requête du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Elle a abouti à l'identification de cinq projets de développement communautaire répondant aux critères de développement durable dont la réduction de la pauvreté, la promotion de l'égalité des genres, l'amélioration du bien être des populations locales. Il s'agit :

- du développement de l'artisanat et de l'écotourisme à Ayorou d'un coût de 210 500 euros pour lequel le financement sollicité est de 124500 euros ;
- du développement de l'écotourisme intégré dans la « zone girafes de Kouré » d'un coût de 172 000 euros pour lequel le financement sollicité est de 93000 euros ;
- de la promotion du tourisme saharien intégré dans la zone Termit – Tin Touma Tianhuanaco d'un coût de 175 000 euros pour lequel le financement sollicité est de 134 500 euros ;

- du développement de l'écotourisme et du tourisme rural intégré dans les zones périphériques de la réserve transfrontalière de la biosphère parc « W » d'un coût de 331 351 euros pour lequel le financement souhaité est de 101 296 euros ;
- du développement du tourisme culturel et de l'écotourisme à Moli Haoussa en périphérie du parc « W » d'un coût de 134 600 euros pour lequel le financement sollicité est de 103 960 euros.

Le programme global exige une enveloppe de 1 023 451 euros à financer à hauteur de 557 256 euros par recours à la coopération étrangère et l'aide au développement et le reste par mobilisation des fonds locaux.

## 2. L'ORGANISATION INSTITUTIONNELLE

Les institutions en charge directe ou indirecte du tourisme au Niger comprennent l'environnement public du secteur composé des différents ministères dont celui du tourisme et de l'artisanat, les partenaires au développement (PTF) et l'environnement privé du secteur.

### 2.1. LES INSTITUTIONS NATIONALES DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT

Le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat : créé en août 1996 et réhabilité en décembre 2004 après une éviction d'un an, est chargé de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique nationale en matière de tourisme et de l'Artisanat conformément aux orientations gouvernementales. Il comprend une administration centrale, des services déconcentrés et des services rattachés. Le Ministre du Tourisme et de l'Artisanat a autorité sur l'Administration Centrale du Ministère, et exerce ses responsabilités à l'égard des services rattachés que sont :

- le Centre Nigérien de Promotion Touristique (**CNPT**) ;
- la Société Propriétaire Exploitante de l'hôtel Gaweye (**SPEHG**) ; et
- le secrétariat permanent du Salon International de l'Artisanat pour la Femme (**SAFEM**).

#### 2.1.1. L'administration centrale.

Elle est composée du Cabinet du Ministre, du Secrétariat Général, de l'Inspection Générale des Services, de l'Inspection des Etablissements de Tourisme, des Directions Nationales au nombre de 8 (Direction des Professions et des Circuits Touristiques – DPCT – Direction de l'Aménagement et des Investissements Touristiques – DAIT – Direction du Marketing, de la Communication, des Archives et de la Documentation , DMCA/D – Direction de la Promotion de l'Artisanat – DPA – Direction des Etudes et de la Programmation – DEP – Direction des Affaires Administratives et Financières (DAAF) regroupant la Direction des Ressources Financières et du Matériel –DRF/M –, Direction de la Législation – DL – Direction des Statistiques – DS -)<sup>4</sup>, et de six (6) Directions Régionales du Tourisme et de l'Artisanat (Direction Régionale du Tourisme d'Agadez-AZ- ; Direction Régionale du Tourisme de DOSSO –DO- Direction Régionale du Tourisme de Maradi –MI- : Direction Régionale du Tourisme de Tahoua-TA-Direction Régionale du Tourisme de Tillabéry-TI ; Direction Régionale du Tourisme de Zinder –ZR-. 2 autres directions régionales de DIFFA et de Niamey sont en projet .

Le ministère compte 61 agents en activité répartis comme suit : 55 cadres dont 23 A1 ; 10 A2 ; 9A3 ; 1B1 ; 9B2 et 3C1 en plus de 6 auxiliaires.

Par ailleurs, quelque 200 appelés du Service Civique National sont mis à la disposition du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat par le Ministère des Enseignements Secondaire et Supérieur, de la Recherche et de la Technologie . En réalité, très peu d'entre eux sont réellement opérationnels pour différentes raisons (disponibilité réelle de ces diplômés, problème d'exiguïté des locaux, absence de moyens de travail, manque de motivation)

Le Secrétaire Général, du Ministère, anime et coordonne le travail de toutes les Directions, y compris les Directions régionales. Il est également chargé de l'application des textes réglementaires.

<sup>4</sup> la Direction des Ressources Humaines – DRH est en projet mais pas encore créée.

Les moyens financiers mis à la disposition du Ministère proviennent :

- du Budget National (BN) ;
- du Fonds de Développement du Tourisme (FDT) alimenté par les taxes sur les nuitées hôtelières, les taxes d'embarquement dans les aéroports, les agences de voyages, les night – club, les salles de jeux, la levée de licences, les restaurants classés et débits de boissons et les redevances sur produits hôteliers ;

L'organigramme fonctionnel ci-après permet de visualiser l'organisation et les niveaux hiérarchiques existant actuellement.

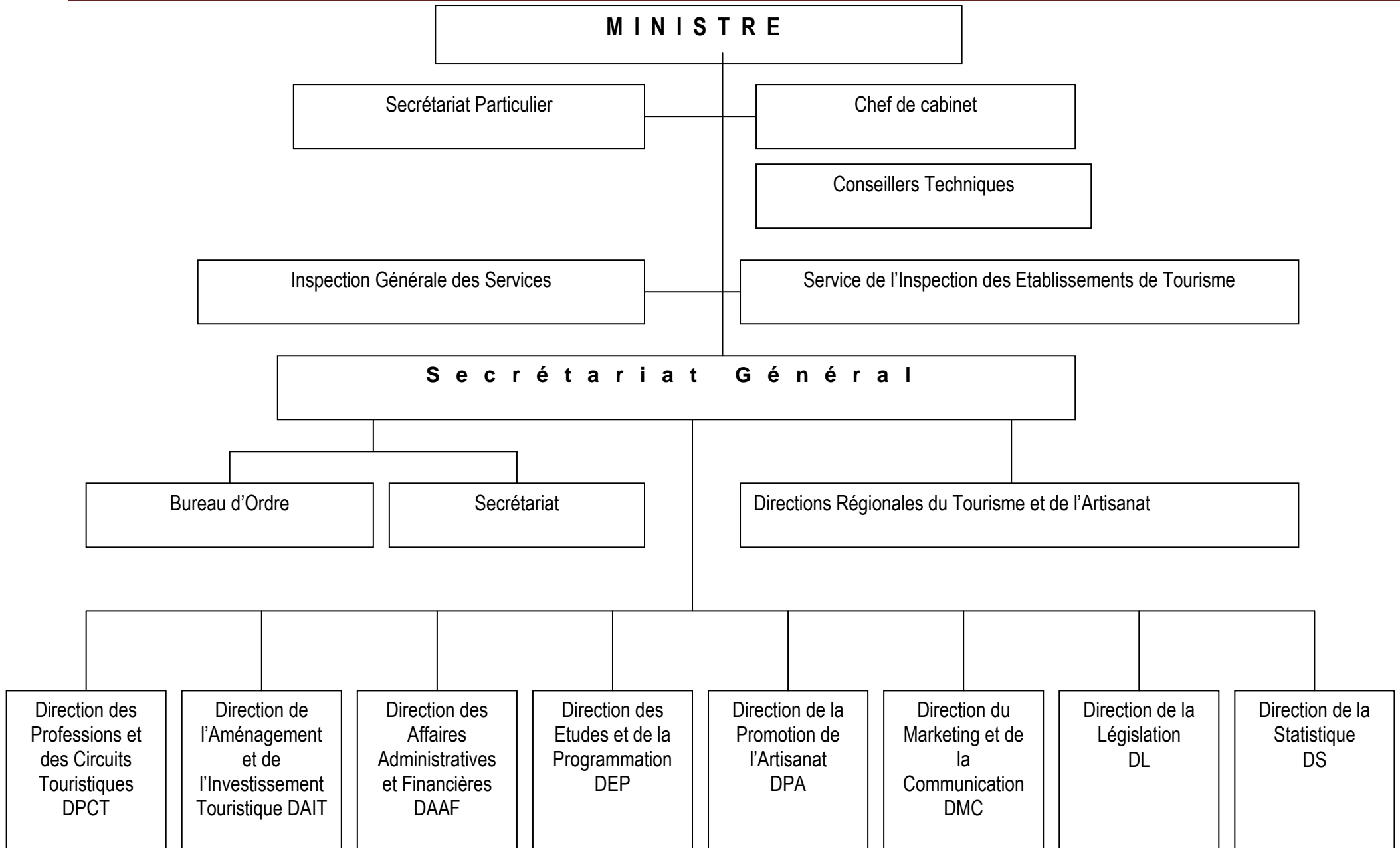


Tableau 3 : Evolution des composantes du Budget du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat de 2000 à 2008 en FCFA

Années	Fonctionnement			Interventions Publiques			Investissements			Total Général		
	Votés	Libérés	Taux	Votés	Libérés	Taux	Votés	Libérés	Taux	Votés	Libérés	Taux
2000	103746364	85618976	99,90%	71300000	13940000	19,55%	-	-	-	175046364	99558976	56,88%
2001	88917962	71994749	72,23%	121300000	96668461	79,69%	-	-	-	210217962	168663210	80,23%
2002	84521206	61638421	72,93%	121300000	78264579	64,52%	-	-	-	205821206	139903000	67,97%
2003	63211000	27353761	43,27%	62668000	27928935	44,57%	25199000	-	-	151078000	80481696	53,27%
2004	64411000	33044864	51,30%	62668000	47760613	76,21%	24002000	10626700	44,27%	151081000	91432177	60,52%
2005	64411000	32373406	50,26%	62668000	57169247	91,23%	24002000	6878904	28,66%	151081000	96421557	63,82%
2006	101075000	37458000	37,05%	62668000	62668000	100%	51502000	22872000	44,40%	215245000	130929000	60,83%
2007	116200000	88065000	75,78%	107000000	100145000	93,59%	41500000	28078000	67,65%	264700000	216288000	81,71%
2008	124354000	88966900	71,15%	107000000	107000000	100%	40255000	29369000	72,95%	271609000	225335900	82,96%

Tableau 4 : Evolution des prévisions, recettes et dépenses du FDT

POSTES	2003	2004	2005	2006	2007
<b>PREVISIONS</b>	75 120 000	75 120 000	100 513 000	100 513 000	131 000 000
<b>RECETTES</b>	49 705 049	68 814 724	83 609 526	76 963 925	51 461 525
<b>Recettes sur Prévisions</b>	66 .17%	91. 61%	83.18%	76.57%	39.28%
<b>Dépenses</b>	30 130 200	50280 956	71 146 126	76 950 832	45 775 454
<b>solde</b>	19 700 049	18 533763	12 463 400	13 093	5 686 091

Différentes problématiques concernant les prérogatives et les compétences du ministère restent posées :

- a) la faiblesse des moyens financiers d'intervention et de fonctionnement du ministère du tourisme ;
- b) les cadres en exercice chargés des directions des différentes structures de l'administration du tourisme remplissent certes les conditions de compétences requises avec une expérience significative du secteur Tourisme/Hôtellerie doublée d'une bonne connaissance des services. Mais au regard de la diversité des missions, l'effectif des différentes directions est sous dimensionné aussi bien en termes quantitatif que qualitatif. Cette situation est aggravée par le manque manifeste des moyens et d'outils de travail ;
- c) les insuffisances de la promotion de la destination Niger à l'étranger ;
- d) les actions d'aménagement des sites limitées par les moyens financiers, peu initiées faute d'un plan d'aménagement touristique (et le désengagement de l'Etat depuis 1990) ;
- e) le manque de formation ciblée du personnel administratif du ministère et du personnel exerçant dans le tourisme, pour manque d'écoles, de centres de formation et de bourses de perfectionnement et de recyclages; absence ;
- f) L'insuffisance de synergie interne et interministérielle ;
- g) la réglementation et son contrôle : l'arsenal juridique et réglementaire du ministère est complet du point de vue réglementaire, On y voit la volonté des autorités d'encadrer le secteur en tenant compte d'une part des réalités et d'autre part d'un souci de professionnalisme. Encore faut il que les inspecteurs du Ministère puissent descendre sur le terrain pour effectuer leur contrôle.. Dans la situation actuelle, le problème de la rationalité de la réglementation, de sa mise à niveau, de sa mise effective en application, du contrôle en particulier vis-à-vis des prestataires du secteur privé posent problème :
  - sur l'agrément des établissements de tourisme ;
  - sur le classement des hôtels et la réglementation des établissements touristiques (Décret n° 2005 du 29/07/05 et l'arrêté du 4 octobre 2006) ;
  - sur les agréments et le contrôle des agences de voyages (Décret n° 99 – 057 modifiant le décret portant organisation des agences et des bureaux de voyages) ;
  - sur la profession de guide touristique ;
  - sur l'enquête permanente sur le mouvement des touristes dans les établissements de tourisme ; la difficulté et le traitement des données relatives au tourisme dans la perspective de la mise en place ou de l'esquisse au moins des principes d'un compte satellite de tourisme ;

Une refonte de cet arsenal s'impose, elle devrait insister sur l'allégement et l'assouplissement des formalités, le relèvement de la qualité des prestations, la croissance de l'activité et le contrôle strict et sévère de l'exercice de la profession à même de lutter contre la concurrence déloyale et partant de faire baisser la part de l'informel dans le secteur. Pour se faire, l'Administration devrait disposer des moyens conséquents.

Par ailleurs, l'analyse du consultant en organisation relève :

- a) Au niveau de la DAIT : En termes de compétences, malgré la présence d'un juriste et d'un spécialiste en aménagement, bien d'autres expertises font défaut dans des domaines fondamentaux comme le Tourisme/Hôtellerie, la Planification, le Montage de projets, l'Environnement, etc. Face à cette situation, il existe des attributions qui souffrent comme :
  - l'étude des dossiers de demande d'agrément, qui pose souvent problème compte tenu de la complexité technique y afférente ;
  - la gestion du FDT dont le taux de recouvrement doit être d'environ 70% connaît une importante baisse en 2007. Si améliorer ce taux de recouvrement constitue une priorité, trouver la meilleure politique ou clé de répartition des produits reste judicieux et ce dans le strict respect des règles d'engagement des

dépenses publiques. Les 60 millions de F CFA collectés en 2008, ont été attribués aux activités du CNPT, de l'ANPTH, à la prise en charge de deux salons à l'étranger, au règlement de la cotisation du Niger à l'OMTet à la quote-part concernant Safari Parc au Québec ;

- l'étude de faisabilité des projets d'investissements où l'on note un conflit de compétences avec la DPCT surtout concernant le travail de prospections des sites.
- b) Au niveau de la DPCT : Promouvoir le développement à travers l'appui à la formation des professionnels fait partie des missions de la Direction. Ce travail d'encadrement et d'appui technique, au-delà de la simple information sur les textes réglementaires, fait appel à une réelle maîtrise des rouages du secteur qui semble manquer, dans la mesure où les compétences disponibles ont trait à la planification, à l'économie, à la législation et à l'administration générale. Concernant le travail avec les autres Directions de l'Administration Centrale, le mode de fonctionnement est a priori bien défini. Par exemple, l'élaboration d'un arrêté se fait toujours avec la DL, qui vérifie la conformité à l'orientation nationale. Le contrôle du respect des textes par les professionnels se fait en collaboration avec les inspecteurs des établissements. Et enfin, si la DAIT assure l'identification des circuits, la DPCT les valide. Cette collaboration en interne trouve évidemment son prolongement au moment de la proposition d'avis pour la délivrance des licences d'ouverture et d'exploitation des établissements de tourisme ou des agences de voyages. En effet, la DPCT préside le Comité restreint réunissant la DAIT, la DL, l'Inspection Générale des Services, l'Inspection des établissements, le CNPT, l'ANPTH et l'Association Nationale des Agences des Voyages. Tout compte fait, la DPCT joue un rôle de pivot (pour information, une seule Direction réunissait auparavant les attributions de la DAIT, la DPCT et la DMC). Dans ce contexte, une clarification et fixation des tâches conformément aux attributions des directions centrales et aux actions organisationnelles à proposer dans le cadre de la SNDDT sont nécessaires pour dégager des synergies opérationnelles entre les différents partenaires et éviter les redondances et les conflits de compétence.
- c) Au niveau de la DEP : Le poste de Responsable de la Division Etudes Générales n'est pas pourvu. En outre, 20 appelés du Service Civique National sont à la disposition de la Direction, mais l'exiguïté des locaux empêche leur intégration effective. En tout cas, compte tenu de la diversité des attributions et de la vocation stratégique de la Direction, les ressources disponibles sont loin d'être à la hauteur des ambitions d'autant que la transversalité des actions impose logiquement la présence de spécialistes en planification, en économie, en gestion, en finances et en sociologie. Manifestement le compte n'y est pas. Par ailleurs, les conditions de travail sont difficiles : deux ordinateurs, pas de connexion Internet, pas de photocopieur ... Quand on est appelé à rester en contact avec les partenaires, aussi bien dans le cadre de la coopération qu'au niveau interne, et à privilégier ainsi la réactivité, un minimum d'équipements est requis. Sinon il n'est pas évident de remplir correctement les missions. Et que dire de ces conflits de compétences avec d'autres Directions, pour ne prendre que l'exemple de la Division Encadrement, Suivi et Evaluation à la DPA ? L'incohérence dans le respect des attributions plonge l'équipe dans la frustration. En effet, en examinant ses attributions, la DEP joue par essence un rôle central par rapport aux autres Directions au niveau de l'élaboration de la stratégie. Sans oublier le suivi sectoriel qui fait partie intégrante de ses missions. Mais là encore, il semble que la DEP ne soit pas impliquée de façon systématique. En fin de compte, c'est généralement l'absence de feed-back, synonyme de rétention de l'information, qui est ici signalée. Car il est pratiquement impossible de capitaliser et d'accumuler les expériences sans résoudre ce problème de circulation de l'information. Dans cette perspective et pour commencer, on propose du côté de la DEP la programmation de réunions régulières des directeurs. En fait, il faudrait décloisonner, un tant soit peu, les directions les unes des autres d'une part, et privilégier par la même occasion l'esprit d'équipe d'autre part.
- d) Au niveau de la DS : Née de la décentralisation de la fonction statistique dans chaque Ministère, cette direction n'occupe que deux cadres à plein temps. Comme dans la plupart des autres directions, les conditions de travail ne sont pas faciles : équipements de bureau déficients, aucun moyen de locomotion pour réaliser les collectes, pas de connexion Internet... sans oublier de réels besoins d'expertise dans le domaine du Tourisme/Hôtellerie, et surtout en matière d'élaboration du Compte Satellite. Si au niveau interne, les relations de travail avec les autres directions ne semblent pas poser de problème, ce n'est pas le cas vis-à-vis de certaines catégories de professionnels. En effet, la



réticence de ces derniers à fournir les bonnes données peut s'expliquer par leur crainte de voir ces informations utilisées à d'autres fins (exemple, transmission aux services des impôts). Une mise en confiance est donc nécessaire. Enfin, la Direction est bien consciente de la nécessité de bien remplir ses missions, ne serait-ce que pour rassurer l'Etat de la contribution réelle du tourisme dans le PIB du pays. Il s'agit d'une ambition légitime mais difficilement réalisable sans l'aide des autres directions, des partenaires institutionnels et professionnels. A cet égard, la coopération avec l'INS mérite d'être consolidée.

- e) Au niveau de la DMC/AD ,« vitrine » du Ministère : En termes de compétences, même si elle est managée par un Directeur issu du journalisme, la Direction ressent d'énormes besoins de remise à niveau en Marketing et en Communication surtout au niveau de la maîtrise des NTIC. Dans sa mission de donner plus de visibilité au tourisme nigérien, ce recyclage est nécessaire pour gagner en efficacité. Dans un autre registre, normalement chargée d'élaborer la stratégie de communication et de promotion de la destination et en même temps d'assurer la communication institutionnelle du Ministère, la DMC s'occupe directement de la mise en œuvre du plan d'actions y afférent. ; ce qui pose un réel problème de positionnement par rapport au CNPT. En effet, ce dernier est par définition la structure censée opérationnaliser sur le terrain les orientations stratégiques de la destination. Une vraie synergie entre les deux entités reste à trouver. Par ailleurs, les actions de promotion pâtissent souvent de l'organisation et de la lourdeur des procédures administratives. Le manque de moyens et la lenteur de leurs mobilisations bouleversent toujours les préparatifs des salons à l'étranger où on doit tout ficeler (réservation du stand, édition de supports de communication, contact avec les prospects et partenaires) assez longtemps à l'avance. Ces problèmes administratifs limitent donc la marge de manœuvre et en même temps la réactivité face aux exigences des marchés en constante évolution. Il est à relever que la direction est chargée des archives et de la documentation du ministère dont le poste n'est pas encore pourvu.
- f) Au niveau de la DAAF : Cette direction prend de facto en charge les missions dévolues à deux autres directions (la Direction des ressources Financières et du Matériel et la Direction des Ressources Humaines) pourtant prévues par le décret n° 2008-102/PRN/MT/A portant organisation des Directions Nationales du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Certes, ce regroupement des attributions permet de simplifier l'organisation et de fluidifier par la suite le mode de fonctionnement. Mais ses moyens d'action, avec quatre agents seulement répartis au sein de deux divisions opérationnelles (la Division des Affaires Administratives et du Personnel, et la Division du Matériel), sont presque dérisoires. En tout cas on est bien loin du compte, et on imagine sans mal les surcharges de travail au sein de cette Direction, et ce malgré la présence théorique de 100 appelés du Service civique national en son sein. Car le manque d'encadrement associé à l'insuffisance des locaux rend quasiment impossible l'intégration effective de ces derniers dans les activités de la direction. Dans ces conditions, aucune gestion dynamique des ressources humaines n'est possible. A ce sujet, la tentative de mise en place d'un plan de formation sur la période 2007/2011 a tourné court faute de moyens. Comme l'Etat Nigérien n'accorde pas de bourses de formation, la demande d'aide adressée dans le cadre de la Coopération avec des pays amis comme la Tunisie constitue la dernière solution. Or les démarches n'ont pas abouti. L'autre goulot d'étranglement est d'ordre budgétaire. Car avec seulement 291 millions de F CFA prévus pour 2009, le budget de fonctionnement destiné à la promotion du secteur, aux investissements mobiliers, etc est déjà très limité en valeur absolue. La lourdeur des procédures d'engagement des dépenses va encore restreindre la marge de manœuvre. En effet, avec un taux de libération et donc d'engagement des dépenses oscillant de 53 à 80 % seulement, un problème d'optimisation des ressources se pose de façon cruciale.
- g) Au niveau de la DL : Un sentiment d'isolement de la Direction au sein de l'Administration Centrale prévaut dans la mesure où si elle est tout indiquée pour élaborer les textes, elle n'est plus impliquée dans sa mise en œuvre par les autres Directions. De même un feed-back de capitalisation de la part des autres Directions fait défaut. Par conséquent, la Direction de la Législation n'est plus au courant de l'applicabilité effective de la réglementation sur le terrain. Enfin, une redondance avec les attributions de la Division de la Réglementation des Professions et des Circuits Touristiques fragilise la légitimité de la Direction de la législation.

## 2.1.2 . Les institutions sous tutelle du ministère du tourisme

### 1) Le Centre Nigérien de Promotion Touristique (CNPT).

Créé par ordonnance n°99-09 du 13 mai 1999 en tant qu'établissement public à caractère professionnel (EPP) doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, il assure la représentation des intérêts de ses adhérents ainsi que des missions administratives d'intérêt collectif ou général au plan de la promotion, de la commercialisation et de l'amélioration de la qualité des services et des prestations touristiques.

Doté d'un siège basé à Niamey, il peut avoir des représentations en tout autre lieu de la République du Niger et à l'étranger. Il a supplanté l'ancien Office Nigérien du Tourisme pour assurer la continuité des tâches qui lui étaient attribuées, hors la gestion des hôtels de l'Etat privatisés ou donnés en gérance libre, sans disposer des mêmes moyens financiers. Ses ressources financières se limitent à la subvention provenant du Fonds de Développement Touristique de l'ordre de 30 millions de FCFA et des difficiles mobilisations des cotisations des adhérents, professionnels du tourisme et de l'hôtellerie, à partir de 2005 de l'ordre de 6 millions de FCFA par an. Ces ressources annuelles de moins de 50 millions de FCFA représentent à peine 25% en prix courants actuels par rapport aux dotations dont bénéficiait l'ONT avant sa suppression (60 millions de dotation budgétaire, 25 millions de subvention FDT en plus des produits de la location des hôtels). Concrètement :

- le centre assure avec des moyens trop limités les actions traditionnelles de promotion : édition des supports administratifs et promotionnels tels les posters, les affiches, les cartes, les vidéos, les Cdrom... qu'il diffuse auprès des ambassades et à l'étranger et l'intérieur à l'occasion des grandes manifestations touristiques et salons internationaux. Il assiste et encadre les professions touristiques. Il a initié des opérations de formation en organisant grâce à l'appui de partenaires techniques et financiers des modules sous forme d'ateliers au profit du personnel des hôtels, des établissements touristiques et des guides. Il projette la création d'un centre régional de formation aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie. Il a participé aux principaux salons internationaux du tourisme en compagnie du Directeur du marketing et communication du Ministère. Les plus importantes actions n'ont pu être concrétisées que grâce à l'appui des PTF. Le centre dispose d'un portail à harmoniser, à mettre en réseau avec le site du Ministère et à réactualiser en permanence par un cadre qualifié ;
- sur le plan institutionnel, le centre est sous tutelle du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, à gestion suivie et orientée par un conseil d'administration composé de 15 membres, 3 de l'administration et le reste des professionnels du Tourisme et de l'hôtellerie, des compagnies aériennes, des producteurs de films, des guides... ;
- une des principales différences entre l'organisation théorique et la réalité d'autres organismes similaires porte sur l'inexistence d'un comité de gestion (organisme interne chargé d'assister le directeur général dans ses tâches de gestion) et d'un comité consultatif (composé de représentants des secteurs public et privé intervenant dans le secteur du tourisme, qui doit émettre un avis sur les projets et programmes annuels de développement touristique et de promotion) ;
- sur le plan organisationnel, le CNPT est sous l'autorité du Directeur Général désigné par le Conseil d'Administration et confirmé par décret. Il comprend trois Directions techniques opérationnelles. Il s'agit de :
  - la Direction de la Promotion et du Marketing (DPM) ;
  - la Direction de la Production et des Statistiques (DPS) ;
  - la Direction des Affaires Administratives, Financières et de la Logistique (DAAFL).
- le centre souffre à la fois de l'insuffisance de ressources et de la complexité du contrôle budgétaire à priori et souhaite bénéficier d'une inscription budgétaire indépendamment de la subvention en adéquation avec l'ampleur des actions à entreprendre.

A titre de conclusion de l'analyse du fonctionnement et au regard de ces attributions, le CNPT se présente comme la véritable cheville ouvrière de l'action touristique de la destination, un lieu d'expression concrète du partenariat public/privé grâce aux possibilités offertes par son statut d'Établissement Public à Caractère Professionnel. Le rôle du privé est désormais beaucoup plus important.

Ainsi, la présence massive des professionnels cache une réalité beaucoup plus complexe en termes de réels engagements. Car pour certains opérateurs, il s'agit plutôt d'engagement de fait et non d'une adhésion à une cause, d'une démarche volontaire. En effet, jouant son rôle fédérateur, le CNPT prévoit dans son statut, l'intégration de facto des représentants de toutes les branches d'activités au sein du Conseil d'Administration.

Cette situation a un impact d'ailleurs sur le recouvrement des cotisations. Alors qu'au niveau financier, le CNPT n'a déjà pas les moyens de ses missions, pour l'année 2008, la dotation du FDT réservée aux actions de promotion et aux éditions culminait à 30 millions de F CFA (on est bien loin des 70 millions de FCFA de subventions de l'Etat du temps de l'Office Nigérien du Tourisme). A titre de comparaison, en 2008 les dotations réservées à la promotion étaient respectivement de : 100 millions de F CFA au Bénin – 4 milliards de F CFA au Mali (y compris le financement du salon du Tourisme Durable) – 100 millions de F CFA au Burkina Faso.

Par ailleurs, parallèlement aux traditionnelles actions de promotion proprement dites, la place importante du volet formation dans le programme du CNPT mérite d'être soulignée. En effet, avec l'aide des partenaires techniques et financiers comme le projet NIGETECH, le Centre programme régulièrement des opérations de formation ponctuelles sous forme d'ateliers au profit du personnel des hôtels, des établissements touristiques et des guides. Il porte actuellement un ambitieux projet de mise en place du Centre Régional de formation aux Métiers du Tourisme et de l'Hôtellerie. L'autorisation au niveau national est acquise. Il reste à régler le problème de locaux dont la solution provisoire passe par la signature d'une convention d'établissement avec l'hôtel SAHEL. Concernant le financement de ce projet, l'Union Européenne est prête à y contribuer si le projet obtient l'aval de la Sous Région. D'autres bailleurs de fonds potentiels pourraient y participer : SNV, PNUD dans le cadre du renforcement des capacités (formation des formateurs).

Enfin, il y a lieu de signaler l'effet négatif du conflit d'attributions vis-à-vis de la DMC concernant les actions de promotion au niveau des marchés émetteurs. A ce sujet, le CNPT considère qu'une clarification des attributions s'impose afin de dégager de réelles synergies entre tous les acteurs concernés. Autrement dit, le MTA devrait s'atteler à l'élaboration de la politique de promotion institutionnelle, et par conséquent, laisser au CNPT le soin de l'exécuter et de réaliser les actions opérationnelles comme la présence dans les salons. L'interface entre le public et le privé joué par le CNPT y trouvera une meilleure justification pour ne pas dire pertinence.

## **2) Le Salon International de l'Artisanat pour la Femme (SAFEM).**

Le SAFEM est un salon spécialisé dans la promotion de l'artisanat féminin africain qui a été initié en 2000 conformément aux orientations de la Politique Nationale de Développement de l'Artisanat en matière de commercialisation.

Manifestation commerciale d'envergure internationale, le SAFEM dont la sixième édition s'est tenue du 30 octobre au 08 novembre 2009, au Village Artisanal de Wadata de Niamey, est organisé tous les deux ans. Le nombre de pays participant au SAFEM augmente de plus en plus. Il est passé de 3 pays en 2000 à 16 en 2009. Le chiffre d'affaires global qui serait de 9 millions en 2000 atteindrait près de 961 millions de FCFA en 2009.

Institutionnalisé par le gouvernement en 2005, le SAFEM qui a pour tutelle le MT/A dispose d'un secrétariat permanent dirigé par une coordinatrice assistée d'un personnel d'appui d'environ neuf personnes. Le Secrétariat permanent du SAFEM travaille en étroite collaboration avec le MT/A à travers la DPA ainsi que la FNAN à travers la section féminine, cela lui facilite toutes les démarches administratives et financières et le contact avec les partenaires. Mieux, c'est le MT/A qui assure la présidence du comité d'organisation du SAFEM en la personne du Secrétaire Général et toutes les directions du MT/A sont représentées au sein de ce comité.

La mission principale dévolue au SAFEM est de développer et de promouvoir les activités artisanales des femmes africaines en général et des femmes nigériennes en particulier. Outre cela, le SAFEM a toujours accordé une place importante au Tourisme ; d'où comme autre objectif retenu, la promotion et le développement des activités touristiques et culturelles, à travers le concept de "région phare". Par ailleurs dans le comité d'organisation, il existe une sous commission d'accueil, d'hébergement et de restauration des participants extérieurs et ceux de l'intérieur du Niger, ce qui a permis aux établissements d'hébergement, certaines agences de transport ainsi que les restauratrices et restaurateurs à un niveau ou à un autre d'être impliqués et de bénéficier des retombées du SAFEM. Certains sites touristiques comme la Tapoa, Kouré également ne sont pas restés en marge pour avoir bénéficié des visites organisées à l'attention des invités officiels et journalistes étrangers. Concernant le budget du SAFEM, il est alimenté par la contribution de l'Etat nigérien et en grande partie par les partenaires et sponsors. Les trois premières éditions ont pu être organisées grâce essentiellement à l'appui de la coopération luxembourgeoise à travers un programme de développement de l'Artisanat (DANI) et de l'Union Européenne, à travers le projet SYRENE.

A partir de la 5ème édition, les Fonds PTTE ont toujours financé une part importante du budget de cette manifestation, plus du tiers.

Compte tenu de la difficulté de mobiliser les fonds prévus sur le budget national, il s'avère que la recherche de nouveaux financements figure en bonne place dans les priorités du Secrétariat permanent. Un autre cheval de bataille est l'acquisition d'un site propre au SAFEM, très opportun car son exploitation entre deux éditions lui permettra de générer quelques ressources propres.

### 3) Hôtel GAWEYE.

L'hôtel GAWEYE, ex-SOFITEL, continue à jouer le rôle d'établissement fleuron de la destination 26 ans après son ouverture. Proposant aujourd'hui 200 chambres d'un bon niveau de confort, l'hôtel emploie 157 salariés permanents. En matière de management, l'équipe de Direction essaie de capitaliser au mieux l'héritage du groupe ACCOR et de le faire perdurer. Cependant des signes d'essoufflement se font sentir tant au niveau de la qualité des services, qu'au niveau de l'état du patrimoine bâti. Les cadres formés par le groupe ACCOR arrivent en fin de carrière, alors que la relève tarde à s'imposer. La situation touristique du pays ne permet pas encore l'engagement d'investissements lourds. Et avec un taux moyen d'occupation de 35% en 2008 (contre 24% en 2007), le challenge est loin d'être gagné. Il va sans dire que dans ces conditions, une relance à tous les niveaux s'avère urgente.

Ceci étant, l'une des particularités de l'hôtel GAWEYE réside dans son effort de promotion de la formation tant en interne qu'en externe. Il est vrai que la présence des anciens cadres du groupe ACCOR constitue un atout, un gisement d'expertises dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration, que les acteurs de la destination peuvent exploiter.

## 2.2. LE PARTENARIAT

### 2.2.1. Les Partenaires de l'ANT.

La transversalité du secteur amène le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat à collaborer avec différents départements ministériels et en particulier :

**Le Ministère en charge de la Culture :** Le Niger a ratifié en 2003 la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. Cet engagement est le témoignage d'une volonté politique forte de conserver un patrimoine culturel unique et exceptionnel en Afrique et dans le monde présenté sous forme de trois grands ensembles (Patrimoine urbain et architectural, patrimoine archéologique, historique et religieux et patrimoine culturel associé à l'environnement et dans les aires protégées). Le Ministère en charge de la Culture intervient dans le tourisme à travers la Direction du Patrimoine pour les aspects du tourisme culturel.

**Le Ministère en charge de l'Environnement** assure les aménagements au niveau des aires protégées en vue de favoriser le tourisme de vision ; il s'agit entre autres du feu d'aménagement des salines, de la réfection des

pistes, de la réalisation des infrastructures touristiques et la promotion à travers la réalisation des brochures et de dépliants.

**Le Ministère en charge des Transports** mène d'importantes actions en faveur du tourisme (les transports aérien, terrestre et fluvial).

**Le Ministère en charge de l'Urbanisme et de l'Habitat** est concerné par les normes de construction dont sont assujettis tous les investisseurs intéressés par l'ouverture et l'exploitation d'établissements touristiques ainsi que le plan d'occupation des espaces et les caractéristiques des bâtiments parmi les principales interventions en faveur du tourisme.

**Le Ministère en charge des Finances** intervient dans le secteur via l'Institut National de la Statistique (INS), le Commissariat au Développement et la fiscalité directe et indirecte. Mais c'est également ce Ministère qui gère les procédures de déblocage des budgets et des financements, des engagements des autres Ministères et entités relevant du secteur public et aussi les facilités pour les investisseurs.

**Le Ministère en charge de l'Intérieur, de la Sécurité Publique, de la Décentralisation et des Affaires Religieuses** a la responsabilité directe de la police des frontières (Direction Surveillance du Territoire : DST), et de la sécurité des touristes. Il assure la tutelle des collectivités locales. Il est souverain sur tout ce qui concerne l'entrée et le séjour des étrangers dans le pays. Par ailleurs, la réglementation de certaines catégories d'établissements comme les bars et les discothèques est du ressort de ce Ministère.

**Le Ministère en charge des Enseignements Moyen et Supérieur et de la Recherche Scientifique** est tout indiqué pour gérer toutes les questions relatives aux TICs et à la formation dans des centres de formation en tourisme et hôtellerie (cas de Tahoua).

**Le Ministère en charge de la Formation Professionnelle et de l'Emploi** pour une prise en compte des besoins en formation du personnel de l'hôtellerie et du tourisme.

**Le Ministère en charge de l'Équipement** met en oeuvre, avec l'appui des partenaires bilatéraux et multilatéraux une politique de réhabilitation du réseau routier.

**Le Ministère en charge du Commerce et de la Promotion du Secteur Privé**, en consacrant via le décret n°94-146/PRN/MPE du 10 juillet 1990 l'octroi des avantages du code des investissements et en facilitant les échanges (la libéralisation de l'importation et de l'exportation des marchandises, faciliter la tâche des investisseurs).

**Le Ministère en charge de la Santé Publique** pour tout ce qui concerne l'hygiène et la santé des acteurs du tourisme.

**Le Ministère en charge des Affaires étrangères** concourt au renforcement de l'image du pays à l'étranger, des visas et des relations de coopération avec les pays amis. Les négociations de financements ou les demandes de bourses d'études ou de formation constituent autant d'occasions d'actions concertées entre les deux Ministères...

**Le Ministère en charge du Plan et de l'Aménagement du Territoire et du Développement Communautaire** qui intervient dans le secteur via l'Institut National de la Statistique (INS), la recherche de financement pour des actions de développement.

**La Société Civile avec les ONG liées à l'Environnement et à la Culture.**

La rationalisation et l'efficacité des différentes interventions nécessitent l'harmonisation des relations interministérielles, des accords de partenariat et des organes de coordination.

### 2.2.2 . Un Partenariat fructueux( Public – Privé ).

Au Niger, il y a maintenant un cadre institutionnel adéquat pour établir un partenariat entre les secteurs publics et privés. Les budgets serrés de l'Etat ne lui donnent pas les moyens de soutenir le secteur privé, dont le grand souci est la concurrence déloyale du secteur informel et qui se plaint que l'Etat ne fasse rien pour y remédier ( le rapport de l'EDIC donne l'exemple d'une entreprise informelle qui a au moins douze véhicules automobiles de type 4\*4 qu'elle loue à des touristes à des prix très au dessous de ceux que le secteur structuré peut offrir). Le dialogue se situe alors à un niveau où il n'y a guère d'avancée possible, d'un côté comme dans l'autre. Il faut donc rompre ce cercle vicieux, car c'est seulement quand la confiance règne que l'on peut avancer sur les questions d'intérêt commun.

Faut-il rappeler que le tourisme est un domaine où les secteurs publics et privés sont intimement liés.

Les motifs en sont multiples :

- la nature même de la « production touristique », qui associe en permanence des prestations publiques et privées ;
- le fait que la consommation touristique se déroule sur un territoire dont la gestion relève essentiellement des acteurs publics ;
- les contraintes liées à la mise en œuvre des politiques de développement durable ;
- l'importance accordée par les acteurs publics à l'ensemble des effets de levier que développe l'économie touristique sur l'attractivité et l'image d'un territoire ;
- la vulnérabilité de l'économie touristique dont les marges sont compressées par le poids important des investissements, la forte saisonnalité ainsi que la grande sensibilité aux risques économiques, géopolitiques ou environnementaux.

Dès lors, faciliter une lecture partagée des enjeux économiques par tous les acteurs, les inciter à travailler ensemble en définissant correctement le périmètre de mission de chacun, profiter des synergies opérationnelles générées par la mise en commun des valeurs ajoutées de chacun, etc. sont les enjeux pouvant motiver la mise en place d'un partenariat volontaire voire volontariste, et non un partenariat subi de type « co-habitation ».

Au Niger, la présence et les actions de l'**Association Nationale des Professionnels du Tourisme et de l'Hôtellerie (ANPTH)** qui dispose de **Représentations Régionales** matérialisent la volonté, d'une part de fédérer les forces vives, et d'autre part de constituer une force de propositions et d'actions crédibles tant vis-à-vis des autorités que vis-à-vis des partenaires au niveau national et au niveau international. Toutes les branches d'activités y sont représentées, même si les hôteliers ont servi de locomotive, car c'est une question de moyens et d'engagement. En tout cas, cette volonté de rassemblement renforce la légitimité de l'association, qui a bénéficié d'ailleurs d'une contribution, certes modeste, du FDT à hauteur de 5 millions de F CFA en 2008. Elle fait également partie du Comité restreint du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat chargé de se prononcer sur la délivrance des licences d'ouverture et d'exploitation d'établissements de tourisme, d'agences de voyages et de cartes de guides. Ce qui lui permet d'émettre un avis d'expert sur le réalisme des dossiers examinés.

L'ANPTH est également membre d'office et partie prenante dans les activités du CNPT. Cette position lui donne l'occasion de participer à l'élaboration et à la mise en œuvre d'actions de promotion et de formation.

En fin de compte, l'ANPTH est bien placée pour jouer le rôle de porte-parole du secteur privé. Même si d'autres contraintes devront être solutionnées, le recouvrement des cotisations en fait partie. En effet, en dehors de Niamey il n'est pas toujours facile de mobiliser les membres. D'ailleurs, la plupart d'entre eux considèrent que c'est le FDT qui devra financer les actions. Une chose est sûre, une campagne de sensibilisation pour déclencher de nouvelles adhésions et sensibiliser les membres à cotiser s'avère nécessaire. Car avec 72 membres recensés qui paient leurs cotisations, l'ANPTH dispose encore d'une marge importante dans ce domaine.

La rencontre avec le Président de l'Association a été l'occasion de recueillir le point de vue de la profession. Il a donné, en toute objectivité, l'opinion de la profession, en précisant le manque d'actions concrètes prouvant la prise en considération de l'importance du tourisme en tant que source de croissance réelle, de lutte contre la pauvreté ayant des effets multiplicateurs dans l'économie. Il n'y a pas encore de mesure de l'impact du tourisme sur l'économie nigérienne. On veut encourager le tourisme mais comment et avec quels moyens ? Sachant que les contraintes du secteur sont :

- l'état de délabrement de beaucoup d'établissements touristiques faute d'entretien d'où baisse de la qualité, baisse de l'occupation, baisse de rendement... ;
- l'état des infrastructures dans un pays très vaste où les besoins sont énormes et les moyens limités ;
- l'insuffisance de la promotion de la destination ;
- le coût élevé des cars et voitures du tourisme, aggravé par le poids de la fiscalité et les difficultés d'accès aux crédits, empêche le renouvellement du parc auto utilisé par les agences de voyage ;
- l'importance croissante de l'informel dans le secteur touristique et hôtelier, conséquence d'ailleurs des problèmes cités. Elle se traduit par une concurrence déloyale qui ronge l'activité du tourisme et de l'hôtellerie et paralyse beaucoup de sociétés et propriétaires d'hôtels, d'auberges, de gîtes, de centre d'accueil, de locataires de voitures, d'agences de voyage forcés à disparaître progressivement si rien n'est fait ;
- la baisse continue de la qualité des prestations touristiques par manque de formation aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie. La très grande majorité du personnel des établissements de tourisme est recrutée sur le tas. Il y a un manque de professionnalisme à tous les niveaux, et à l'exception de quelques établissements touristiques, le gros est réalisé par des amateurs et des guides qui ont évolué dans la profession. Ils souffrent aujourd'hui du manque d'appui et de pilotage pour consolider leur ancrage dans l'activité ;
- le poids de la fiscalité et la multitude de taxes au nombre d'une douzaine, aggrave les charges des établissements sans que les hôteliers en sentent la contre partie en services. Le taux de la TVA est de 19% alors qu'il se situe à 7% dans les pays touristiques comme l'Espagne, la France et 10% au Maroc et en Tunisie ;
- le coût élevé des facteurs essentiellement l'énergie (eau et électricité) ;
- l'accès difficile au financement, dont le coût est très élevé, de l'ordre de 15% par an accompagné de demande de garantie et de caution dépassant les quotités de prêts. C'est une entrave à la fois à l'investissement nouveau dans le secteur et au renouvellement des équipements.

Il existe en outre d'autres structures associatives chargées de la défense des intérêts de leurs membres à savoir :

- le Syndicat National du Tourisme (Agadez) ;
- le G.I.E. des professionnels du tourisme ;
- le Groupement des Hôteliers du Niger (GHN) ;
- les différentes associations de guides ;
- la Chambre d'Agriculture, du Commerce, d'Industrie et d'Artisanat du Niger où les professionnels siègent en tant que membres consulaires ;
- les ONG et associations de la société civile.

### **2.2.3. Les Partenaires au Développement.**

Ils sont nombreux et interviennent chacun dans son domaine de concentration. La réunion tenue avec les Partenaires au Développement (partenaires techniques et ou financiers) a été l'occasion de les informer des travaux de la mission d'appui de l'OMT, du démarrage de l'élaboration de la SNDDT et de recueillir leurs observations et recommandations.

Les discussions ont porté sur la prise en considération des rapports « Privé – Etat », du rapprochement du Ministère des Finances qui bénéficie d'un appui budgétaire pour l'élaboration d'une étude sur le partenariat public privé et de tenir compte des aspects en amont tel le problème des transports et d'associer le secrétariat permanent de la Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté aux travaux d'élaboration de l'étude.

Le ministère du Tourisme et de l'Artisanat est assuré de l'appui des institutions de coopération qui ont manifesté l'intérêt d'encourager le développement du tourisme, retenu parmi les sources de croissance à haut potentiel et créateur d'emplois. Les institutions et agences de coopération qui sont dorénavant et déjà disposées à apporter leur soutien effectif soit à l'élaboration de l'étude soit à la mise en œuvre de son plan d'actions prioritaires sont bien entendu : l'A.E.C.I.D qui finance l'étude de la SNDDT ; la S.N.V qui a lancé une étude sur le tourisme dans les pays de l'Afrique de l'Ouest et a entrepris des travaux sur l'écotourisme dans les régions du fleuve et à Zinder, l'Agence de Coopération Italienne, la GTZ pour le volet formation, la Banque Mondiale qui est disposée à appuyer la relance du secteur sur la base d'un document stratégique, le PNUD, la BAD, la BOAD, etc.

## **3. EMERGENCE DU TOURISME**

Le tourisme international figure parmi les premiers secteurs exportateurs mondiaux, avant le pétrole, l'industrie automobile et les équipements électroniques. Il a enregistré le record de 900 millions d'arrivées en l'an 2007.

La région d'Afrique a affiché de fortes progressions portant son niveau de 15 millions en 1990 à 44,2 millions en l'an 2007 et s'attend à recevoir 50 millions d'arrivées en 2010 et 75 millions en 2020 (OMT).

Malgré les énormes potentialités touristiques, le Niger est peu développé ; les arrivées de touristes sont réduites. Le Niger qui a enregistré 63 500 arrivées vient selon les données de l'OMT pour l'année 2005 avant la Guinée avec 45 000 arrivées mais bien après le Nigeria (1 million d'arrivées qui passent plus d'une nuit), le Sénégal (769 000), le Ghana (429 000), le Burkina Faso (245 000), le Cap Vert (198 000), la Côte d'Ivoire (180 000), le Bénin (174 000) et le Mali avec 143 000. Qu'en est-il en réalité ?

### **3.1. LA DEMANDE TOURISTIQUE**

#### **3.1.1. Situation actuelle**

La pratique du tourisme actuel au Niger remonte à la réalisation des infrastructures par l'Etat dans les principaux sites de la vallée du fleuve Niger Ayorou, Boubon, Rio Bravo et Tapoa où des circuits touristiques inter-états du conseil de l'entente et du Mali étaient organisés. Faute de consolidation et de promotion, le Niger était resté pendant longtemps à une vision qui mettait en avant d'autres secteurs prioritaires : la santé, l'éducation et les secteurs subséquents que sont la pêche, l'agriculture et l'activité minière.

Le tourisme n'a connu son expansion qu'à partir des années 80, où un tourisme d'affaires, à la faveur du boom de l'uranium s'est bien développé. Ainsi, Niamey la capitale, s'est dotée d'hôtels de classe internationale. En même temps que le tourisme d'affaires se développe, celui d'aventure et de vision prend forme respectivement dans le nord du pays (Aïr et Ténéré) et à l'Ouest (dans la vallée du fleuve Niger avec le parc national du W).

Après les accords de paix de 1995, les flux touristiques selon les données officielles publiées ont augmenté dans leur ensemble à un rythme satisfaisant. Ils ont évolué de 42 146 en 1990 à 67 650 en 1995 avant de régresser à un niveau de 47 538 en l'an 2007 à cause de la situation actuelle difficile au nord du pays. Ils proviennent ces dernières années essentiellement des pays africains pour près de 60%, de l'Europe, principalement de la France, pour près de 28%, de l'Asie 5% et de l'Amérique 7%. Il y a une forte clientèle



d'affaires qui représente entre 32 à 38% et a même atteint près de 53% en 1995 suivie de l'incentive et conférences avec une part de 20%. Les vacanciers rentrent pour un peu plus de 20%. Le tableau ci-après donne la répartition des touristes par nationalités et motifs de voyage (Sources :INS et DS/MT/A). Le nombre de nuitées enregistrées dans les hôtels s'élève à 120 000 en 2008.

Concernant les revenus générés par le tourisme, le Document de Stratégie de Développement Accéléré et de Réduction de la Pauvreté 2007-2011 indique qu' « A l'instar de l'artisanat, le secteur du tourisme offre une grande capacité de création d'emplois et de revenus, mais également beaucoup d'effets d'entraînement sur d'autres secteurs économiques. Au Niger, le potentiel touristique est riche et varié (l'Air, le Ténéré, le Kowar, la vallée du fleuve, le parc national du W et toute la diversité culturelle). L'apport économique généré par le tourisme en 2005 est estimé à 58 millions de \$US (contre 28 millions \$US en 2000) et concernerait 8000 emplois directs (contre 5500 en 2000). Les revenus de l'Etat issus du tourisme proviennent des recettes de la TVA (19%), des taxes touristiques, des taxes sur le revenu et la propriété (s'il n'y a pas d'exonérations prévues par le code d'incitation) et du visa touristique. Le Conseil Mondial du Tourisme et des Voyages(WTTC) indique que le tourisme représente 1,3% de l'emploi total, 1,7% du PIB et donne pour la croissance de la demande touristique des performances favorables entre 4,6% et 5,4% l'an jusqu'en 2015.

Le tourisme est donc une activité intersectorielle qui génère des recettes additionnelles.

**Tableau 5 : Répartition des touristes par pays de provenance et par motif de voyage**

Par pays de provenance	1990		1995		2000		2006		2007		2008	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
Afrique	3446	8,2	32201	49,1	28181	56,1	36 199	60,0				
Amérique	2317	5,5	7408	11,2	2500	5,0	4 233	7,0				
Asie	...	0,0			1392	2,8	3 017	5,0				
Europe	27661	65,6	22379	33,4	14083	28,0	16 893	28,0				
France	16334		12395		12231		13 971					
Autres	11334		10044		1852		2 922					
Reste du Monde	8722	20,7	4308	6,4	4107	8,2						
<b>TOTAL</b>	<b>42146</b>	<b>100,00</b>	<b>67650</b>	<b>100,00</b>	<b>50263</b>	<b>100,00</b>	<b>60332</b>	<b>100,00</b>	<b>47 538</b>		<b>63 348</b>	
Par motif de voyage												
Affaires	6009	38,0		52,8			19 306	32,0			21 207	29,0
Conférences	1888	12,0		18,2			12 067	20,0			15 635	21,4
Familles	1373	8,7		10,2			7 240	12,0			7 732	10,6
Vacances	6524	41,3		21,8			13 876	23,0			9 456	12,9
Résidents Niger							7 843	13,0			9 806	13,4
Autres											9 320	12,7
<b>TOTAL</b>	<b>15794</b>	<b>100,0</b>		<b>100,0</b>				<b>100,0</b>				<b>100,0</b>

### 3.1.2. Les données statistiques

Les données disponibles sur la demande touristique sont très modestes au regard des normes internationales et des indicateurs et agrégats de la comptabilité nationale. C'est la conséquence de la faiblesse du système des statistiques touristiques au Niger qui fait que ces données sont largement sous-estimées.

Un travail fort intéressant a déjà été entrepris tout au long de l'année 1991 par une mission d'assistance technique composée d'un statisticien et d'un informaticien qui ont élaboré un plan de travail complet, accompagné de formation des agents du ministère pour la collecte et le traitement d'un flux régulier d'informations sur les arrivées aux différents postes frontières, sur les entreprises qui opèrent dans le secteur, ainsi que les propositions des contacts institutionnels avec les opérateurs qui seraient nécessaires pour l'orientation et le suivi des actions dans le domaine touristique. Le projet de coopération technique financé par le PNUD et mis en oeuvre par l'O.M.T n'a malheureusement pas eu de suite après que celui-ci ait été approuvé ; il aurait constitué une bonne base de travail à actualiser en prenant en considération l'évolution des traitements informatiques pour la mise sur pied d'un système de statistiques touristiques efficace. Certes, les moyens mis aujourd'hui à la disposition du Ministère du Tourisme pour la connaissance et l'orientation du secteur, sont extrêmement faibles.

#### a. Estimation des arrivées.

Le rapport de diagnostic a souligné que les arrivées comptabilisées pour le Niger ne concernent que le transport d'amenée par voie aérienne. Qu'en est-il des autres postes frontières notamment terrestres où près de 200 000 personnes en 2005 les empruntent pour rentrer au Niger? C'est un flux de plus de 250 000 touristes étrangers dont 53 000 seulement par voie aérienne qui auraient visité, en l'an 2000, le Niger, selon les données avancées par un rapport de l'OMC.

Les premières données recueillies auprès de la police des frontières indiquent que les arrivées au Niger par voie terrestre, comprenant 68 nationalités, se sont situées à 715 000 en 2005 et 693 897 en 2007. En 2008, 237 916 arrivées ont été enregistrées par la police au seul poste frontière de Gaya. Elles se répartissent comme suit :

- les Nigériens : 53% ;
- les Africains : 45% dont 81% de nationalités des pays limitrophes ;
- les Européens et autres continents : 2% dont ¾ de français.

Le rapport d'étape établi par l'INS dans le cadre de la SNDDT indique que les données statistiques issues de l'exploitation des fiches touristiques et les estimations des arrivées aux postes frontières non couvertes font ressortir, en 2008, un flux de 720 663 arrivées dont 647 509 par voie terrestre (89,8%) et 73 154 par voie aérienne (10,2%). Ce volume est composé de 48,2% de nigériens non résidents, de 8,4% de résidents nigériens, de 35,6% d'africains et de 7,8% de non africains.

**Tableau 6 : Flux des entrées de touristes en 2008**

Flux	Nigériens résidents	Nigériens Non résidents	Africains	Non africains	Total	Touristes potentiels
Voie aérienne	9 806	18 614	8 366	36 368	73 154	63 348
Voie terrestre	50 925	328 992	248 167	19 425	647 509	596 584
Total	60 731	347 606	256 533	55 793	720 663	659 932

Source : exploitation des fiches de police par l'INS.

Les arrivées par voie aérienne, au nombre de 73 154 personnes, sont constituées de 13,4% de nigériens résidents, de 25,4% de nigériens non résidents, de 11,4% d'africains et de 49,8% de non africains (principalement les européens).

Par voie terrestre, les nigériens non résidents sont plus nombreux avec une proportion de 50,8%. Ils sont suivis par les africains (38,3%), puis par les nigériens résidents (7,9%) et les non africains (3,0%).

L'effectif des arrivées de touristes non résidents est estimé à 659 932 personnes, soit 91,6% du total. Parmi ces touristes potentiels, on dénombre 347 606 nigériens non résidents (52,7% du total), 256 533 africains (composés en majorité de nigériens, maliens, burkinabés, béninois et ghanéens), soit 38,9%. Les non africains, constitués en majorité d'européens, représentent 8,4% du total. Par ailleurs, ils sont au nombre de 63 348 à franchir la frontière nigérienne par voie aérienne, soit 9,6% du total, démontrant ainsi que l'essentiel des trafics s'effectue par voie terrestre (90,4%).

Pour 2 009, l'INS estime le nombre de touristes au Niger à 681 502 ( sur la base des informations recueillies auprès de la DGPN durant la période allant de janvier à octobre 2 009) soit un accroissement de 3,3% par rapport à 2 008.

C'est dire qu'au niveau national, le Niger reçoit plus de 300 000 arrivées de touristes internationaux, en plus des entrées de nigériens résidants à l'étranger.

Les arrivées de touristes sont constituées des nigériens non résidents, des africains et des non africains. Les arrivées africaines sont composées principalement des ressortissants des pays de l'Afrique de l'Ouest en particulier par ordre d'importance de nigériens, de burkinabés, de béninois, de maliens, de ghanéens, de togolais, de sénégalais et dans une moindre mesure d'ivoiriens. Dans leur majorité, ils entrent au Niger par voie terrestre et le plus souvent, ce sont des personnes qui voyagent au Niger pour affaires.

Les informations actuellement disponibles sur le motif de voyage ne concernent que les voyageurs entrant par voie aérienne. En effet, aucune indication n'est donnée sur le motif du voyage pour les voyageurs entrant par voie terrestre.

Seule l'exploitation des informations issues des fiches d'embarquement et de débarquement au niveau des aéroports, permet d'avoir les motifs de voyage. En effet, l'exploitation des fiches d'embarquement et de débarquement a permis de faire ressortir les résultats consignés dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 7 : répartition des touristes selon le motif du voyage en 2008.**

Motif	Arrivées		Départs	
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage
Affaires	21 207	29,0	17 885	27,2
Vacances	9 456	12,9	9 139	13,9
conférence	15 635	21,4	17 042	25,9
Famille	7 732	10,6	6 777	10,3
Résident	9 806	13,4	4 219	6,4
Autres	617	0,8	481	0,7
Non déclarés	8 703	11,9	10 245	15,6
<b>Total</b>	<b>73 154</b>	<b>100,0</b>	<b>65 789</b>	<b>100,0</b>

Source : exploitation fiches de police par l'INS.

A l'arrivée, l'analyse de ce tableau fait ressortir que le tourisme d'affaires représente 29,0% des motifs de voyage des touristes, suivi des conférences (21,4%), les vacances (12,9%) et la famille (10,6). En 2008, au total, 73,9% des voyageurs ont eu des raisons du voyage pour motif de tourisme (affaires, conférences, vacances et famille). Les résidents représentent 13,4%. Les autres types de motif représentent 0,8%. Il faut noter qu'à l'issue de l'exploitation des fiches, 11,9% des voyageurs n'ont pas déclaré leur motif de voyage.

Aussi bien à l'arrivée qu'au départ, l'on note que ce sont les mêmes motifs qui sont évoqués en premier. En effet, au départ, les motifs de voyage concernent les affaires (27,2%), les conférences (25,9%), les vacances (13,9%) et la famille (10,3%). Les autres types de motifs ne représentent que 0,7% tandis que les voyageurs n'ayant pas déclaré leur motif de déplacement représentent 15,6%.

L'exploitation de l'enquête sur les motivations et les dépenses des touristes entreprise dans le cadre de l'élaboration de la SNDDT fait ressortir que :

- l'essentiel des touristes visitant le Niger est de sexe masculin : 77,5% ;
- les touristes voyageant seuls constituent 45% de l'ensemble ;
- selon le mode d'hébergement : 48,6% des touristes sont logés chez des parents et amis ; 31% passent leur séjour dans les hôtels ; 7,9% logent dans les résidences et appartements privés , 2,5% utilisent les campements et 10% optent pour les villages de vacances et autres ;
- selon les moyens de transport : 64,5% rentrent par voie terrestre et 35,5% empruntent la voie aérienne ;
- la durée moyenne de séjour par touriste est de 10,6 nuitées ;
- la dépense moyenne journalière est de 22 167 FCFA. Elle monte à 31 521 FCFA si l'on se limite aux touristes dont la durée de séjour est inférieure à trois semaines ;
- 70,1% ont visité le Niger au moins une fois ;
- 97,6% des touristes ont apprécié d'une manière favorable l'hospitalité des nigériens, la paix et la sécurité retrouvée. Les plaintes concernent la dégradation des infrastructures routières, l'insuffisance des capacités d'accueil dans les hôtels et à l'aéroport international Diori Hamani à Niamey.

#### **b. Estimation des recettes**

Il en est de même des recettes touristiques dont les estimations avancées vont de 34 millions \$ us à 58 millions \$ us. Pour la participation du secteur au PIB et à l'emploi, le CMVT semble mesurer seulement la part des recettes générées par les arrivées par air rapportées au PIB qui omet les autres arrivées par voie terrestre et fluviale. En plus, le tourisme selon le concept du compte satellite tel que recommandé par l'OMT ne se limite pas seulement au tourisme récepteur, il concerne aussi le tourisme interne, les investissements touristiques, le fonctionnement du secteur et les dépenses locales du tourisme émetteur. On est alors en droit de se demander si le volume du flux ainsi que celui des recettes touristiques et partant ceux de l'emploi et des recettes fiscales ne sont pas sous-estimés.

Une évaluation fiable de l'apport du tourisme à l'économie nigérienne s'avère indispensable pour les pouvoirs publics et ne manquerait pas de révéler l'importance potentielle du tourisme pour le Niger qui dispose de tous les atouts pour accéder au rang des premières destinations touristiques d'Afrique de l'ouest. Elle conforterait la reconnaissance de l'intérêt à accorder au développement du tourisme à améliorer par les résultats de l'enquête sur les motivations et les dépenses touristiques qui situent les recettes du seul tourisme récepteur à 188,24 milliards de FCFA dont 21,1 milliards de FCFA de loyers imputés. (voir impact section 4) .

### **3.2 . LE MARCHÉ TOURISTIQUE.**

Les raisons avancées pour expliquer la faiblesse des flux provenant des principaux marchés émetteurs du tourisme international vers le Niger sont le positionnement compétitif du Niger, l'inefficacité des opérateurs du tourisme face aux problèmes rencontrés et l'insuffisance manifeste de la promotion institutionnelle.

#### **3.2.1. La place du tourisme .**

Le Niger présente une série de caractéristiques qui peuvent se retrouver dans différentes régions et parties du monde, en particulier l'Afrique sahélienne. De ce fait, ses concurrents directs sont les pays limitrophes qui ont adopté des stratégies ou documents de référence de relance du secteur touristique. Par ordre de priorité, on cite :

**a.** Le Mali qui disposait depuis 2002 d'une étude d'orientations stratégiques élaborée par l'OMT sous financement PNUD ayant permis d'arrêter le programme d'actions prioritaires pour la période 2003-2004. La stratégie pour la période 2009-2011 a été finalisée en 2009 par la Banque Mondiale. Le pays se positionne en tant que destination ayant le plus grand potentiel avec des attractions très importantes, dont quatre sites inscrits

sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, de meilleurs systèmes de transport, des festivals internationaux de plus en plus populaires et d'un grand appui du Gouvernement ;

**b.** Le **Burkina Faso** qui dispose depuis octobre 2008, d'un document de planification nationale de développement touristique. Le tourisme est considéré comme composante essentielle de l'économie nationale. A cet égard, selon le document « Burkina Faso 2025 », le pays aurait les avantages comparatifs comme la paix et la stabilité politique ; des traditions d'accueil et d'hospitalité chaleureuses et solides ; une localisation stratégique au cœur de l'Afrique occidentale ; des événements culturels et activités de tourisme de portée véritablement internationale ; des ressources importantes en faune - environ 477 espèces des oiseaux, 128 espèces des mammifères (éléphants y compris, lions, buffles, hippopotames) et 60 espèces de reptiles ;

**c.** Le **Bénin**, que certains appellent Quartier Latin de l'Afrique, le tourisme est identifié comme le quatrième de ses six priorités stratégiques de développement. Le document clé de planification « Orientations Stratégiques de Développement du Bénin 2006-2011 » positionne trois formes de tourisme à promouvoir – le tourisme d'affaires, les réunions et conférences et le tourisme de loisirs. Ce document note que le développement de tourisme sera focalisé dans les secteurs à haute valeur ajoutée socioculturelle élevée et inclura la promotion d'événements culturels. Il est un des lieux les plus importants de la Route de l'Esclave avec des forts et sites historiques comme ceux d'Ouidah et Ganvie près de Porto Novo. Le Palais d'Abomey est sur la Liste du Patrimoine mondial. Le Bénin possède enfin des parcs naturels très renommés comme le Parc du W qu'il partage avec le Niger et le Burkina Faso et la Réserve de Biosphère du Pendjari ;

**d.** Le **Togo** fut considéré dans les années 1980 comme une destination de tourisme de masse, ses attractions sont nombreuses : les plages du Lac Togo, Togoville, site historique vodou, le pays de Koutammakou avec le site de Batammariba, inscrit sur la liste du Patrimoine mondial en raison de son architecture traditionnelle similaire aux maisons forteresses qui se trouvent près de la frontière avec le Bénin à Boukoumbe. Le Togo n'est pourtant pas un concurrent direct du Niger et dans bien des cas, il pourrait même être un partenaire direct sur des produits combinant plages et circuits de nature et de culture, avec des hôtels qui sont encore considérés de qualité ;

**e.** La **Guinée-Bissau** s'est positionnée comme l'archipel tropical le plus près de l'Europe avec une réserve naturelle de l'UNESCO, mais en raison de son instabilité, il n'a pu capitaliser sur le tourisme en milieu naturel et l'écotourisme. Il n'est pas un concurrent du Niger, mais un partenaire potentiel dans le cadre de grands circuits en Afrique de l'Ouest. En outre, il ne semble pas que le tourisme y soit une vraie priorité comme l'a noté récemment la Banque mondiale.

Outre les pays mentionnés, d'autres pays sont des concurrents directs et indirects du Niger sur le produit « Désert » ; ce sont le sud saharien de l'Algérie, la Libye, la Mauritanie, les déserts d'Egypte. Mais, les concurrents les plus puissants aujourd'hui restent la Tunisie et le Maroc qui ont largement ouverts leur désert à partir de destinations considérées comme uniques et offrant une gamme d'hôtels et d'attractions de très grande qualité : Marrakech ou Tozeur. Mais l'ensemble des pays de l'Afrique du Nord n'offre pas les potentiels de l'Afrique sahélienne.

### **3.2.2 . Les Opérateurs du Tourisme Nigérien .**

Les tour-opérateurs internationaux veulent les deux produits : le désert et la savane ; mais jusqu'au début de 2009, le Niger manquait d'une interconnexion aérienne entre Niamey, Agadez et Zinder. Par ailleurs, les professionnels du tourisme ont fait ressortir :

**a.** La recherche de la compétitivité :

Les professionnels ont insisté sur l'aspect concurrentiel du tourisme pour que des produits et des services très compétitifs soient présentés sur les marchés internationaux.

**b. Les liaisons aériennes intérieures :**

Le besoin absolu d'un partenariat avec la nouvelle compagnie aérienne nigérienne se fait sentir de plus en plus. L'objectif est d'assurer des rotations à l'intérieur du pays sur la semaine à des prix promotionnels et attrayants pour diminuer les distances, vers Agadez et Zinder ; ce qui permettra la création de nouveaux produits et destinations comme le désert de Tal.

**c. La redynamisation des agences** sur la Vallée du fleuve et sur les nouveaux pôles touristiques par :

- la formation des dirigeants ;

- la formation du personnel ;
- les facilités d'accès à des crédits à long terme à des taux d'intérêt attractifs encourageant l'investissement et assurant une rentabilité suffisante pour s'équiper (véhicules 4x4, pirogues, assurances, etc.) ;
- le montage de circuits et la mise en relation avec des tour-opérateurs européens et internationaux.

### **3.2.3 . Le Niger sur les marchés émetteurs.**

Les moyens promotionnels sont presque inexistants. Le principal instrument est la présence dans les foires et expositions spécialisées de tourisme. Elle pourrait se faire et être très efficace grâce à la mise en place d'une grande plate-forme Internet sur le tourisme au Niger. En France, on note la présence régulière du Niger à travers le CNPT au Salon Le Monde à Paris (SMTV avec un stand de 18 m<sup>2</sup>) et au Salon régional Mahana à Lyon de 2005 à 2007, ensuite, en 2008, au Salon de Paris et à celui de Mahana à Marseille (avec un stand de 12 m<sup>2</sup>). En 2009, le Niger est seulement à Paris, le Ministère du tourisme a préféré mettre l'accent sur le SAFEM, qui doit se dérouler du 30 octobre au 8 novembre 2009 à Niamey autour d'une région phare : Tahoua, sous le thème « Artisanat, facteur d'autonomisation des femmes ».

Le Niger est systématiquement à la Foire de Paris en raison de son artisanat. La non présence au Top Résea, principale foire des professionnels français et francophones, premier marché du Niger s'explique pour deux raisons : son coût élevé d'une part et sa programmation d'autre part dans la deuxième partie de l'année, alors que l'on amorce la nouvelle année budgétaire.

Hors de France, en Europe, en 2007, le Niger était présent à FITUR et en 2009, à Milan (avec le soutien de la Mairie de Milan). Les professionnels vont à l'ITB, mais il n'y a pas de stands Niger. Jusqu'à aujourd'hui, le Niger n'a pas été au World Travel Market de Londres malgré l'appui proposé par le Nigeria pour la participation du Niger.

Peu de matériel promotionnel est apporté dans ces foires, sinon de l'artisanat qui est vendu et sert à couvrir les frais de certains professionnels ; peu d'affiches, quelques brochures et catalogues.

L'autre difficulté est liée au partenariat public – privé : le secteur privé éprouve des difficultés pour participer à la promotion nationale du tourisme à l'étranger. D'une part, il n'en a pas les moyens en raison de sa taille ; seuls des hôtels comme le Grand Hôtel ou le Terminus participent systématiquement aux foires et expositions où va le Niger ; d'autre part, le fonctionnement du CNPT – Centre nigérien de promotion touristique, son budget ne lui permet pas d'être un acteur de poids dans la promotion et la commercialisation du tourisme nigérien, même si cette situation semble s'améliorer car les professionnels font de plus en plus confiance au CNPT. Celui-ci en effet commence à jouer son rôle de relais : les professionnels ont en face d'eux une structure qui répond à leur demande d'information ; le CNPT distribue une liste de manifestations nationales et internationales.

Comment améliorer la présence du Niger sur les marchés internationaux du tourisme ?

L'image extérieure du Niger est liée à sa stabilité ; on peut voir l'avenir du pays avec optimisme sur le plan économique avec le développement d'un tourisme d'affaires qui entraînera la construction ou la rénovation d'hôtels de grande qualité. Le secteur du tourisme est en train de s'affirmer et le gouvernement du Niger lui donne de plus en plus la priorité. C'est aux animateurs de ce secteur qu'il appartient d'en faire un secteur qui compte dans le pays et de lui donner les moyens d'assurer une promotion de qualité sur les marchés émetteurs du tourisme. Mais l'Etat doit donner les moyens de cette promotion qui devient de plus en plus complexe et chère.

Le CNPT doit donc être renforcé en tant qu'organisme qui réalise ce partenariat entre le public et le privé. Un des instruments de ce renforcement serait la mise en place d'une grande plateforme de tourisme sur le Web qui pourrait accélérer le développement de la promotion et de la commercialisation du tourisme nigérien à l'international.

Les collectivités locales peuvent s'associer à ce partenariat en se lançant dans des projets pour mieux faire connaître leurs villes et régions sur le Net. Elles peuvent inciter à l'émergence d'opérateurs locaux comme à Tillabéry où des jeunes entrepreneurs ont créés des chambres d'hôte et des gîtes-campings et en faire part sur le

Net. Une stratégie nationale de marketing doit intégrer les efforts des collectivités locales qui ne sont pas seulement financiers, mais peuvent se traduire en volontariat comme on le voit pour l'organisation de festivals avec l'exemple du SAFEM, Salon international de l'artisanat pour la femme, qui doit se dérouler du 30 octobre au 8 novembre 2009 à Niamey autour d'une région phare : Tahoua.

Cela signifie aussi une certaine participation des représentants de ces collectivités dans les foires et expositions à l'étranger.

### **3.2.4 . Actions commerciales des principaux opérateurs**

Par rapport à ses voisins, le Niger n'a pas pu se positionner sur les marchés internationaux. Moins de vingt (20) voyagistes au Niger et en Europe, en France en particulier, commercialisent de manière régulière le Niger, soit dans leur catalogue soit dans leur site Web ; ils proposent des circuits recherchés par une clientèle très importante. Les autres le font accessoirement, ou selon la demande d'un groupe de personnes, tel l'exemple d'un opérateur japonais qui a monté un circuit unique autour du thème de la Cure Salée. Le tableau ci-dessous indique les circuits commercialisés, leur durée, les opérateurs et zones touristiques proposées.

A l'issue de cette analyse, force est de reconnaître qu'il est fort improbable que la concurrence des pays cités ait joué en défaveur du Niger avant d'arriver au seuil d'une centaine de milliers de « vrais touristes », soit 4 fois le volume actuel des arrivées d'Europe et de l'Amérique du Nord vers le Niger. Les freins réels à l'expansion du tourisme occidental vers le Niger sont à rechercher du côté des faibles fréquences et des coûts du transport aérien, de l'insuffisance de la promotion, de la qualité des produits et prestations touristiques, des facilités d'accueil, de l'insuffisance des moyens matériels et financiers des agences de voyages locales, du manque d'intéressement des TO étrangers....



Tableau 8 : Exemples de circuits commercialisés

Circuits	Agences de voyages et T.O	Zones touristiques
<b>Excursion SAFARI (fleuve-Parc W -Ayorou)</b> <i>(tourisme de vision, de découverte et écotourisme)</i>	Nouvelles Frontières-France TAMERA-France TERRE NATURA -Belgique Chemins des Sables-France	<b>Tillabéri-Niamey-Dosso</b>
<b>Curesalée (tourisme culturel)</b>		
<b>Hippopotame et son écosystème (NY-Parc W-croisière fluviale Ayorou-, girafes, Ny)</b> <i>(écotourisme et tourisme scientifique)</i>	ESCURSIA-Voyage nature (tourisme scientifique)	<b>Tillabéri-Niamey-Dosso</b>
<b>Ny-Massif du Termit</b>	<b>Ténéré Expédition</b>	<b>Tahoua-Maradi-Zinder-Diffa</b>
<b>Ny-Dakoro-Maradi</b>	<b>à Niamey et Zinder</b>	
<b>NyParcW</b>		
<b>NyAyorou</b> <i>(écotourisme, découverte et culturel et d'aventure)</i>		
<b>Visite ville de Zinder</b>		
<b>Zinder-Magaria-Zinder</b>	<b>ALHERI Voyages</b>	<b>Tahoua-Maradi-Zinder-Diffa</b>
<b>Zinder-Tesker-Kellé-Zinder</b>	<b>A Zinder et Maradi</b>	
<b>Zinder-Termit- N'Guigmi-Zinder</b>		
<b>Maradi_Madarounfa-Maradi</b>		
<b>Tourisme solidaire (de dialogue)</b> <i>(tourisme alternatif et responsable)</i>	<b>GOONDAL -Tours</b>	<b>Tahoua-Maradi-Zinder-Diffa</b>
<b>Grand Raid Ténéré (quand c'est possible)</b> <b>Agadez-Bilma-Djado-Ténéré</b> <i>(tourisme d'aventure et saharien)</i>	<b>Dunes Voyages</b> <b>à Agadez</b>	<b>Agadez</b>

Sources : Direction des Professions des Circuits Touristiques

#### 4. LES IMPACTS DU TOURISME

L'activité relative au secteur du tourisme a un impact souvent considérable, notamment dans certains pays en voie de développement. Il est important d'essayer de mesurer cet impact dans le cas du Niger, sous le triple aspect de l'économie, de l'environnement et des faits socioculturels.

##### 4.1 L'IMPACT ÉCONOMIQUE ;

Les méthodes d'estimation de l'impact du tourisme dans une économie peuvent être dérivées de plusieurs approches qui sont mises en œuvre individuellement ou conjointement par les pays. La première méthode est basée sur les statistiques relatives aux règlements internationaux effectués à travers les différents intermédiaires financiers. La seconde méthode consiste à mesurer les biens et services acquis par les touristes sur la base des enquêtes. La troisième approche s'appuie sur les données des pays partenaires et la dernière est basée sur l'utilisation des modèles d'estimation statistique, notamment le tableau ressources emplois (TRE) ou le tableau d'échanges inter-industriels (TEI).

Dans le cadre de cette étude, deux méthodes sont conjointement utilisées :

- l'approche relative à l'utilisation du TRE élaboré à partir des enquêtes statistiques qui permet de ressortir les différentes relations que le secteur touristique entretient avec les autres secteurs de l'économie, notamment en matière de dépenses effectuées par ce secteur. Cette approche permet d'appréhender la relation pouvant exister entre les indicateurs du tourisme et les autres agrégats macroéconomiques ;
- la seconde méthode porte sur l'évaluation des dépenses des touristes dans l'économie effectuée par la balance des paiements à partir des statistiques relatives à l'utilisation des divers instruments de paiements internationaux.

Dans la pratique, ces deux méthodes sont complémentaires. Elles consistent à mener des enquêtes auprès des structures d'accueil des touristes, de l'exploitation des données produites par les organismes officiels concernés par le tourisme et des mouvements des billets externes enregistrés aux guichets de la Banque centrale.

L'évaluation de l'activité touristique est appréhendée par l'Institut National de la Statistique à travers des enquêtes annuelles auprès des établissements de tourisme, notamment les hôtels, les agences de voyages et les restaurants. De son côté, la Banque centrale essaie d'estimer les dépenses des non résidents en s'appuyant, outre les enquêtes effectuées auprès de structures spécialisées et des réceptifs hôteliers, sur les statistiques relevées des opérations de change manuel, le trafic des passagers au niveau des ports et aéroports et les statistiques des mouvements de billets externes.

Toutefois, une étude réalisée par la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO) sur les méthodologies d'évaluation du tourisme dans le cadre de l'élaboration de la balance des paiements dans les Etats de l'UEMOA indique des difficultés réelles quant à l'évaluation des recettes ou des dépenses des touristes. Le champ de l'activité s'avère diversifié, nécessitant la mise en relation de plusieurs sources de qualité différente. En plus, ces méthodes limitées essentiellement aux enquêtes auprès des réceptifs hôteliers et à l'exploitation des sources administratives, ne permettent pas de prendre en compte le recours, de plus en plus courant des touristes, à des réceptifs non homologués (chez les amis et parents, campements, locations privées, etc.). Cela se traduit par une sous-évaluation des flux financiers liés à l'activité touristique.

Pour la présente étude, l'estimation des données du tourisme, outre qu'elle s'appuie sur l'utilisation conjointe des approches évoquées ci haut conformément aux recommandations internationales, intègre également celles relatives aux réceptifs non homologués. Faute d'indications précises sur les dépenses de ces réceptifs non homologués, L'INS a retenu un taux de l'ordre de 25% du montant estimé.

Sur cette base, il ressort des agrégats macroéconomiques estimés dans le cadre d'un tableau ressources emplois (TRE) pour l'année 2008 (les comptes économiques rapides 2008 ont été transposés dans le TRE) les résultats ci-après :

a) La production de la branche « hôtellerie, bars – restaurants » s'est établie en 2009 à 100,369 milliards de FCFA, en hausse de 3.3% par rapport à 2008 ou 10,5% par rapport à l'année 2007. Cette production est constituée pour 88,9% du secteur informel (89,245 milliards de FCFA) et 11,1% du secteur moderne (11,124 milliards de FCFA). Globalement, il s'est dégagé une valeur ajoutée de 32,559 milliards de FCFA dont 9,266 milliards de FCFA pour le secteur moderne et 23,293 milliards de FCFA pour le secteur informel. Cette valeur ajoutée est répartie pour 1,286 milliards de FCFA au titre des impôts sur production (Etat), 3,974 milliards de FCFA en terme de salaires (employés) et 27,299 milliards de FCFA en profits ou excédent brut d'exploitation (employeurs) comme l'indique le tableau ci-après :

**Tableau 9 : Données économiques en 2009 en millions de FCFA**

Branche « Hôtel Restaurant »	Production (P)	Valeur ajoutée (VA)	Impôt sur la production (IP)	Salaires	Excédent brut d'exploitation (EBE)
Moderne	11 567	9 340	1 071	2 048	6 221
Informel	90 827	23 706	413	1 992	21 301
Total1	102 394	33 046	1 484	4 040	27 522
VA Niger	////	2 338 385	////	////	////
Impôts sur produits – Niger	////	////	158 836	////	////
Service d'intermédiation Fin.			-21 223		
PIB Niger	////	////	2 475 998	////	////
Part Impôts sur produits sur VA	////	////	6,79%	////	////

Source : Comptes économiques de la nation, estimation 2009, INS, Niamey, novembre 2009.

b) La part du tourisme récepteur dans la production de la branche « hôtels, restaurants » est obtenue par application du ratio donné par l'enquête sur les motivations et les dépenses des touristes hors loyers imputés réalisée en novembre 2009 est estimée à 53,9%. la production totale étant estimée à 160 132 millions de FCFA, ce qui donne le tableau suivant :

**Tableau 10 : Estimation de la production du tourisme en 2009 (millions de FCFA)**

	P	VA	IP	Salaires	EBE
Tourisme récepteur dans la branche « Hôtel-Restaurant ».	86 311	27 855	1 250	3 405	23 200

c) Le montant les autres dépenses des touristes est le résultat des dépenses totales déterminées par l'enquête, diminuées du montant affecté à l'hôtellerie/restauration et augmentées des loyers imputés. La structure par postes de dépenses, à savoir les achats liés à l'alimentation, boissons et produits artisanaux, les dépenses de transport, et communications, les services financiers, les loisirs et autres dépenses diverses, est obtenu par utilisation des données du tableau des échanges inter-industriels et celles de la balance des paiements. Lorsque pour un même poste, il existe deux chiffres, la règle du maximum est appliquée. Le tableau suivant présente les détails de données issues de l'exploitation des trois sources citées :

**Tableau 11 : Dépenses des touristes autres que( celles liées aux produits) « hôtels et restaurants » en 2009 en millions de FCFA**

Autres dépenses des touristes	Montant
Transports et communications	13 724
Alimentation, boissons, artisanat	22 992
Services financiers	4 590
Manifestations sportives et culturelles	2 436
Services de location	1 218
Autres dépenses diverses	14 097
Sous Total 1	59 057
Dépenses des réceptifs non homologués	14 764
Sous Total 2	73 821
Taux valeur ajoutée branches marchandes	64%
Valeur ajoutée	47 073

Sources : I.N.S, TEI actualisé provisoire en 2009 et balance des paiements provisoire 2009.

Ce tableau fait ressortir la nature des dépenses touristiques estimées à partir des sources de comptabilité nationale (TRE et TEI) , de la balance des paiements de la BCEAO sur le territoire économique et de l'exploitation de l'enquête sur les motivations et les dépenses touristiques.

d) En générant proportionnellement à la ventilation de la production des « branches marchandes » les autres dépenses des touristes, on a le tableau présentant les agrégats suivants :

**Tableau 12 : Estimation des autres agrégats du tourisme en 2009 (millions de FCFA)**

Autres agrégats du tourisme	P	VA	IP	Salaires	EBE
	73 821	47 073	766	5 114	41 193

Source : calculs de l'I.N.S.

Ainsi, il ressort de ces estimations , la situation économique globale du tourisme suivante :

**Tableau 13 : Estimation globale des agrégats du tourisme en 2009 (millions de FCFA)**

	Production (P)	Valeur ajoutée (VA)	Impôt sur la Production (IP)	Salaires	Excédent Brut d'Exploitation (EBE)
Agrégats du Tourisme, branche « hôtels, restaurants »	86 311	27 855	1 250	3 405	23 200
Agrégats du Tourisme, autres branches marchandes	73 821	47 073	766	5 114	41 193
loyers imputés	21 115	21 115			21 115
TOTAL, agrégats du tourisme	181 247	96 043	2 016	8 519	85 508
Impôts sur produits tourisme		6 521			
PIB tourisme		102 564			

Source : calculs de l'I.N.S.

e) En appliquant le taux d'imposition de 6,79% (158 836 /2 338 385) obtenu des comptes estimés 2009, à la valeur ajoutée du tourisme on obtient un montant de 6 ,521 milliards de FCFA au titre des impôts et

taxes sur les produits. Ce qui induit un Produit intérieur brut touristique (PIBT) de l'ordre de 102,564 milliards de FCFA, soit environ **une proportion de 4,1% du PIB**.

En appliquant le ratio de productivité (0,506 = valeur ajoutée sur effectif) obtenu du TRE 2006 à la valeur ajoutée du tourisme, on obtient le nombre d'emplois créés directement ou indirectement par le tourisme récepteur au Niger en 2009.

Au total, l'impact du secteur du tourisme récepteur sur l'emploi direct et indirect au Niger est estimé à **189 808 actifs type Niger en 2009**.

## 4.2 L'IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

L'impact de l'activité touristique actuelle sur l'environnement peut être considéré, pour le moment, comme relativement faible dans la mesure où l'activité touristique n'est pas très importante. Il est utile et nécessaire de passer en revue les impacts négatifs constatés pour éviter les éventuelles dérapages lors de l'élaboration des schémas d'aménagement touristique tout en relevant les aspects positifs.

### 4.2.1 . La consommation des ressources naturelles

L'eau douce est sans doute la première ressource naturelle la plus fondamentale dans l'activité touristique dans les pays de la zone saharienne et subsaharienne. Elle est consommée en abondance par les différentes infrastructures hôtelières et pour l'usage des clients. La situation actuelle de cette ressource et son usage au Niger présente des enjeux qui sont communs à de nombreuses régions du Sahel : Des ressources limitées et déjà largement exploitées pour répondre à la croissance des besoins, le recours accru aux ressources dites non conventionnelles, une situation de concurrence entre usages sectoriels, une marchandisation croissante des ressources, et des conditions climatiques contraignantes qui viennent renforcer les tensions autour de l'eau. Face aux risques de déficits en eau et à la nécessité d'un développement économique et social équilibré, le développement de l'industrie touristique au Niger doit s'effectuer dans un souci prioritaire d'économie de cette ressource.

La vérification des fuites d'eau (compteur), l'installation de réducteurs de débits aux pommes des douches et robinets ainsi que l'installation de chasses à double flux sont autant d'équipements qui doivent se généraliser au sein des infrastructures d'hébergement.

De manière générale les infrastructures touristiques peuvent afficher des rappels destinés aux visiteurs concernant les "éco gestes" et expliquer les démarches entreprises par leur structure liées à l'économie d'eau et d'énergie afin de maintenir un développement touristique compatible avec le respect de l'environnement.

Le tourisme exerce également en général une forte pression sur les minéraux, les carburants fossiles, les sols fertiles, les forêts, les zones humides, la faune sauvage et les paysages. Mais c'est en particulier sur le bois que la pression est la plus significative en terme d'impact pour le Niger. La consommation de bois de feu entraîne une déforestation non contrôlée, alors que le Niger manque déjà de bois et que l'érosion des sols provoque une perte de fertilité et de productivité agricole.

Le climat du Niger particulièrement difficile pour le visiteur, implique l'équipement quasi systématique de climatiseurs et systèmes de ventilation par les infrastructures hôtelières, particulièrement consommateurs d'énergie. L'hébergement doit alors être construit dans une perspective d'isolation thermique performante et permettant une ventilation naturelle. En ce sens une réflexion doit être engagée pour exploiter au mieux les matériaux naturels tel que le banco notamment dans le cadre des hébergements communautaires ou ruraux. Le choix d'appareils de catégorie « A » (faiblement consommateur d'énergie) combiné à un entretien régulier des éléments de climatisation devrait permettre l'économie d'énergie qui doit ainsi être une priorité notamment dans le domaine de l'éclairage. L'utilisation d'ampoules basse consommation (dans les chambres et pièces à vivre) doit être généralisée.

#### **4.2.2. Les pollutions multiples.**

Le tourisme émet les mêmes pollutions que n'importe quelle autre industrie : pollution de l'air, de l'eau, bruit, déchets solides et liquides, produits pétroliers et résidus chimiques, pollution esthétique (visuelle ou architecturale). Généralement les déchets solides, dans les zones de concentration touristique, sont omniprésents, même dans les endroits les plus reculés et les moins fréquentés. C'est ainsi que dans les aires protégées du Niger, un système de compostage des déchets organiques et d'évacuation des déchets inorganiques doit être mis en place. En revanche la gestion des déchets dans les villes doit être intégrée au plan communal de stockage et de traitement/recyclage.

Les infrastructures d'hébergement ainsi que les espaces visités (parcs et réserves) doivent avoir les équipements servant au tri des déchets notamment organiques et inorganiques. bacs, caissettes, poubelles à compartiments doivent permettre à la fois une réduction des rejets polluants dans l'environnement mais également une revalorisation des déchets organiques sous forme de composte lorsque cela est possible (entretien des jardins etc.). De plus, il faudrait laisser à disposition des produits ménagés écologiques et encourager l'utilisation des produits naturels, recyclables et durables.

Par ailleurs, la pollution esthétique résulte des difficultés d'insertion des infrastructures touristiques, notamment les hébergements dans les paysages de savane ou de désert.

Les transports par route, air ou rail associés au tourisme sont une source majeure de rejet de gaz à effet de serre. Un trajet d'environ sept heures (durée moyenne Europe-Niger) en avion émet, pour une personne et par an, presque la moitié du CO<sub>2</sub> produit par toutes les autres sources : chauffage, éclairage, utilisation d'un véhicule, etc.

#### **4.2.3. Les impacts physiques**

Les milieux les plus riches en biodiversité sont aussi les milieux les plus attractifs pour le tourisme mais les plus sensibles à ses impacts. De cette manière les aires protégées mises en avant telles que le Parc National du « W » ou la Réserve Naturelle de l'Air et du Ténéré peuvent rencontrer le problème de la sur fréquentation.

La destruction des habitats et la rupture de continuité des différents écosystèmes, sont les conséquences les plus visibles de la construction et de la fréquentation des Zones d'Intérêt Touristiques (ZIT) naturelles. La présence de 4x4 ou le piétinement excessif en dehors de sentiers balisés provoquent des dégradations réelles de la végétation (tiges brisées, pertes de matière organique) et de la qualité des sols (baisse de perméabilité, érosion, etc). Les pressions sur le foncier sont aussi omniprésentes dans le développement touristique que les pressions sur les ressources : le tourisme consomme beaucoup d'espaces, et le plus souvent des espaces de qualité.

Une sensibilisation des promoteurs à la démarche d'études systématiques des aspects environnementaux est à prévoir tant au stade de construction que de réhabilitation des bâtiments. De même une gestion du parc automobile attenante aux activités touristiques, en cohérence avec le souci d'économie d'énergie et de lutte contre la pollution, est à respecter à travers l'utilisation de véhicules d'agences en bon état et soumis d'une façon régulière à un contrôle technique pollution obligatoire.

#### **4.2.4. L'impact sur la biodiversité .**

La présence humaine qui perturbe la vie dans les parcs nationaux pourrait réduire le nombre des espèces sauvages, ce qui entraînerait en retour une diminution du nombre de touristes. La conduite de véhicules hors route/piste dérange les habitudes des animaux et la présence de restaurants modifie le régime alimentaire de nombreux oiseaux (étourneau métallique, corbeau pie, vautour charognard, tourterelle maillée et piac-piac dans le parc du W) ainsi que des singes (babouins et vervets dans le Parc National du W). Des traces de plomb (généralement issues des gaz d'échappement des véhicules) et autres métaux lourds sont

également fréquemment retrouvées dans la végétation le long des sentiers des parcs mais aussi chez des reptiles comme les crocodiles ou les varans qui, en se positionnant au sommet de la chaîne alimentaire, accumulent ces métaux toxiques dans leurs organismes.

Une étude sur ces pollutions chez les varans est actuellement en cours de préparation par l'IRD (Institut de Recherche et de Développement) dans le Parc National du « W ». Dans certaines zones écologiques, la cohabitation des populations avec des espèces fauniques (hippo, girafe, singe) constitue des sources de conflit.

La significativité de ces différents impacts est bien sûre fortement liée au degré de rareté et de fragilité des espèces vivantes rencontrées dans les ZIT. Ainsi les perturbations engendrées par les activités touristiques dans la réserve du Termit Tin-Touma peuvent s'avérer critiques pour la survie de certaines espèces en voie de disparition ou d'extinction comme les dernières addax sauvages au monde présentes dans cet écosystème. Dans la mesure où certains éléments de la biodiversité (tels que les addax, gazelles dama, guépards du désert ou autruches) nécessitent une attention particulière en terme de conservation, un zonage précis des activités touristiques doit être établi en étroite collaboration avec le Ministère de l'Environnement, les institutions nationales de conservation de la nature, les ONGs ainsi que les acteurs des projets environnementaux en cours.

L'environnement fragile visité par les touristes devrait se faire dans le respect d'une charte de conduite pour les agences et les touristes en fonction de l'habitat visité (zones humides, désert, savane). Des petits groupes de personnes avec des itinéraires précis sont dans la majorité des cas à privilégier en particulier dans les zones désertiques tels que le Termit - Tin Touma ou l'Air Ténéré. Le bois de cuisine parfois utilisé lors des bivouacs doit dans tous les cas être pris à l'extérieur des réserves et la consommation d'eau en dehors des infrastructures contrôlées d'hébergement doit être raisonnable.

#### **4.2.5 . Les concentrations spatiales et saisonnières du tourisme**

Le tourisme au Niger se caractérise par une concentration de la fréquentation sur quelques mois de l'année (novembre à avril) et sur des portions limitées du territoire, souvent fragiles et convoitées.

L'observation des concentrations touristiques fournit des indications sur la localisation des impacts environnementaux, même si la réalité des pressions sur l'environnement dépend de nombreux paramètres locaux, comme la présence d'espaces naturels vulnérables ou protégés, le type d'urbanisation touristique ou les activités pratiquées.

En plus de la concentration dans l'espace, la saisonnalité de l'activité touristique a aussi un impact direct sur l'environnement. La nécessité d'accueillir sur une courte période de l'année un grand nombre de touristes suppose de surdimensionner les équipements pour répondre à une consommation maximale et non moyenne : hébergements, commerces, routes... Ce phénomène de pointe détermine fortement la pression sur les milieux naturels : consommation d'espace, d'eau, d'énergie, rejets polluants, production de déchets, dégradation des paysages et des habitats.

Néanmoins, la saisonnalité de la fréquentation touristique peut être variable d'une écorégion à une autre. Si la zone soudanienne (Parc National du W et Vallée du Fleuve Niger) connaît un pic de fréquentation entre décembre et mars (saison froide), la zone saharienne peut absorber une fréquentation plus régulière en raison de contraintes climatiques moins fortes.

Des évaluations de capacités d'accueil des destinations, accompagnées d'outils législatifs , réglementaires et de gestion foncière, devraient être imposées pour d'une part s'assurer de la limitation de l'offre aux capacités d'accueil définies et d'autre part maîtriser l'urbanisation touristique et protéger les sites naturels et culturels les plus précieux.

#### **4.2.6. Les aspects positifs du tourisme**

Le tourisme peut également exercer divers effets positifs sur l'environnement, le plus souvent à la suite d'influences sociales et économiques. Il peut notamment:

a/ Constituer une source directe de revenus affectés à des projets de conservation. Nombreux sont les pays où le financement public des parcs nationaux et des réserves est insuffisant, et nombreuses sont les structures qui comptent sur les recettes perçues auprès des visiteurs (sous la forme de droits d'entrée ou d'autres formes de dépenses) pour financer leurs activités de conservation. Les dons de visiteurs et les actions de parrainage par des professionnels du tourisme peuvent également jouer un rôle important. Le Parc National du W

et la Réserve de Dosso (girafes de Kouré) sont deux bons exemples où les revenus issus du tourisme (grâce aux permis de visite) permettent de contribuer aux plans d'aménagement et de gestion de ces aires protégées.

b/ Fournir aux communautés locales une source de revenus liée à des activités touristiques, comme la restauration, l'hébergement, les visites guidées et la vente d'objets artisanaux, qui sont moins dommageables pour l'environnement que d'autres moyens de subsistance, comme l'agriculture sur brûlis ou les industries extractives ou polluantes. La vallée du fleuve Niger bénéficie aujourd'hui localement de ce type de revenu, notamment dans la région d'Ayorou où guides et piroguiers sont organisés autour d'association ; ainsi en dehors de toute aire protégée, la valeur remarquable de l'environnement (présence d'hippopotames, paysage fluvial original) permet un flux touristique significatif, qui bien que peu organisé, profite aux communautés locales.

c/ Sensibiliser les visiteurs et les communautés hôtes à la qualité de l'environnement et à sa valeur sociale, culturelle et économique et susciter ainsi un surcroît d'intérêt et de soutien.

De manière plus générale, les mesures d'aménagement du territoire et le contrôle du développement touristique contribuent à prévenir la perte de biodiversité. Les lignes directrices de la convention relative à la diversité biologique et au développement du tourisme, adoptées en 2004 par la Conférence des Parties à la Convention, prônent l'adoption d'une approche systématique pour l'évaluation des projets touristiques dans les zones sensibles. Ces lignes directrices devraient être appliquées pour évaluer les projets de développement touristique et pour proposer des mesures d'atténuation lorsque les régions concernées, qui peuvent être situées à l'intérieur ou à l'extérieur des zones protégées, abritent une biodiversité particulièrement riche.

#### **4.3. L'IMPACT SOCIOCULTUREL.**

Le tourisme entraîne souvent une rencontre entre des champs socioculturels très éloignés. Il existe des limites au changement du système social d'une personne et à la compatibilité avec une culture différente. Des déséquilibres économiques peuvent alors se manifester lorsque les populations locales cherchent à imiter le style et le niveau de vie des étrangers qui viennent visiter leur territoire. Ces déséquilibres se traduisent le plus souvent par une augmentation des dépenses du budget familial ou une amplification de tensions sociales ethniques.

Le tourisme organisé peut contribuer certes, s'il est maîtrisé, à la revivification de certaines expressions culturelles mais son association à la marchandisation entraîne des transformations dans les cultures locales notamment, les rituels religieux, les ethniques traditionnels, les manifestations coutumières et les festivals.

Les voyageurs désirent souvent retrouver des éléments reconnaissables de leur propre culture pour se sentir à la fois "chez soi" et "ailleurs" : la standardisation touche ainsi les équipements, les logements et la nourriture. Les artisans locaux font alors évoluer la conception de leurs produits pour les adapter aux goûts de leurs nouveaux clients. Une concurrence peut naître entre le tourisme et les autres activités locales quotidiennes comme l'usage des ressources primordiales (eau et énergie) ou la contribution aux coûts d'équipements (approvisionnement ou traitement de l'eau...). Des conflits d'usage de la terre et de



l'occupation de l'espace peuvent naître sur un territoire car il y a une concurrence entre les usages traditionnels et les infrastructures touristiques.

De plus, le patrimoine historique et culturel des sites écologiques peut être détérioré si les actions concertées ne sont pas menées par les services techniques concernés et les populations.

De toute évidence, la présence au Niger de touristes provenant notamment des pays développés a nécessairement des effets négatifs qui se manifestent systématiquement dans ce genre de situations : comportements de nature sexuelle, relations entre des personnes ayant de fortes disparités de revenus, perception des touristes comme des oisifs perpétuellement en vacances, etc.

En contrepartie, il convient de ne pas négliger les effets positifs que le développement touristique a pour le Niger. Outre ses effets économiques directs et indirects, il constitue une sorte de label international pour le pays, lui conférant l'image d'un pays à la fois stable politiquement et particulièrement accueillant. En outre, l'accueil et le contact avec des touristes provenant des pays développés sont susceptibles de donner aux populations concernées une ouverture sur l'extérieur et de les inciter à adopter des comportements nouveaux, notamment en matière d'attitudes vis-à-vis du progrès technique et du développement économique.

Le cas d'Agadez pendant la période de paix et de sécurité est illustratif et instructif à cause, d'une part du nombre de touristes visitant la région et, d'autre part de la particularité des structures sociales des habitants et de la faiblesse de leurs revenus.

Le tourisme international dans les villages contribue, parmi d'autres causes, à la dégradation des sites et de l'environnement, notamment par la destruction d'arbres. La perspective, pour les jeunes adolescents, de gains immédiats en jouant auprès des touristes le rôle de « guides-accompagnateurs » renforce considérablement la déperdition scolaire. Mais surtout, l'activité touristique a pour effet de perturber les valeurs culturelles traditionnelles de la société, notamment par la folklorisation de certaines manifestations et cérémonies traditionnelles et par le pillage d'objets culturels authentiques.

En fait, le problème de fond est celui de l'évolution d'une société restée jusqu'à maintenant peu sensible aux évolutions du monde environnant. Cette société va-t-elle participer au développement économique, caractérisé par les échanges de biens et de services ou va-t-elle continuer à vivre en autarcie ?

## 5. REPERTOIRE TOURISTIQUE ET HOTELIER

Le Niger est divisé en 8 régions qui sont : Niamey, Agadez, Dosso, Maradi, Tahoua, Tillabéry, Zinder et Diffa. Elles ont chacune des atouts naturels certains et des avantages comparatifs sûrs en matière de vestiges de civilisations séculaires comme l'archéologie. Elles disposent de produits touristiques spécifiques d'une étonnante richesse, de ressources historiques et préhistoriques, culturelles et naturelles que reflètent la faune, la flore, les festivités, les nombreux sites archéologiques et historiques, l'architecture traditionnelle, les arts et l'artisanat du pays.

### 5.1. LES HÔTELS.

#### 5.1.1. Capacité hôtelière.

Au cours du plan quinquennal 1979- 1983, d'importants investissements ont été réalisés pour répondre à l'afflux de la clientèle d'affaires attirée par le « Boom de l'uranium ». La crise économique de 1990, accentuée par une concurrence déloyale, l'insécurité au nord et l'absence de financement adapté aux réalités du secteur, a entraîné une dégradation continue des infrastructures et équipements hôteliers et touristiques. Une grande partie du parc hôtelier appartenait à l'Etat et la gestion était confiée à la SONHOTEL. Ces hôtels ont été par la suite privatisés à l'exception de l'Hôtel Gaweye. Par contre l'hôtel Air d'Agadez, l'hôtel relais de la Tapoa, et le Camping Touristique de Yantala ont été mis en gérance libre.

Cependant à la faveur de la signature des accords de paix de 1995 et de l'organisation des 5eme Jeux de la Francophonie tenus en décembre 2005 à Niamey, beaucoup d'opérateurs économiques du secteur ont bénéficié des facilités offertes par le Gouvernement pour créer, rénover et faire des travaux d'extension de l'existant. Ainsi le secteur privé a investi :

- 1,06 milliards FCFA pour la construction de nouvelles unités ;
- 901.845.000 FCFA pour le renouvellement du parc auto des agences de voyages ;
- 17.127.600 FCFA dans le renouvellement du matériel d'exploitation des restaurants.

L'Etat a quant à lui investi un montant de 2,180 milliards de FCFA pour la réhabilitation de l'hôtel Gaweye .

Au 31 décembre 2008, les réceptifs se répartissent comme suit dans les huit (8) régions :

**Tableau 14 : Répartition des hôtels par région selon la capacité d'accueil**

		2001	2005	2006	2008	2009	2010	2011
<b>Ensemble Niger</b>	Hôtels	55	76	78	92	89	94	94
	Chambres	1333	1873	1919	2024	2003	2119	2123
	Lits	2412	3209	3246	3363	3297	3045	3049
<b>Agadez</b>	Hôtels	12	16	16	16	15	9	9
	Chambres	118	250	250	250	244	170	170
	Lits	244	451	451	451	439	254	254
<b>Niamey</b>	Hôtels	11	22	23	31	31	32	31
	Chambres	537	854	867	916	943	982	975
	Lits	1003	1457	1471	1525	1548	1567	1560
<b>Trillabéri</b>	Hôtels	7	8	8	8	8	12	12
	Chambres	188	194	194	194	165	228	228
	Lits	338	335	335	335	293	393	393
<b>Dosso</b>	Hôtels	7	10	11	11	9	10	10
	Chambres	110	175	195	195	182	183	183
	Lits	190	289	300	300	275	206	206
<b>Zinder</b>	Hôtels	5	6	6	7	8	9	9
	Chambres	110	122	122	132	138	144	144
	Lits	222	246	246	256	262	173	173
<b>Diffa</b>	Hôtels	1	1	2	2	2	1	1
	Chambres	12	12	19	19	19	25	25
	Lits	24	24	30	30	30	25	25
<b>Maradi</b>	Hôtels	4	4	5	6	6	8	8
	Chambres	154	154	160	160	160	180	180
	Lits	183	183	189	193	193	208	208
<b>Tahoua</b>	Hôtels	8	9	9	11	10	13	14
	Chambres	104	112	112	160	152	207	218
	Lits	208	224	224	273	257	219	230

Source : INS : Annuaire Statistique du Niger 1996 – 2006, Edition 2007 – Niamey. et D.S / M T/A pour 2008-2011.

Environ 50 % des hôtels sont concentrés à Niamey et Agadez qui sont les principaux pôles d'attraction touristiques du pays. Sur les 92 hôtels existants au Niger seuls 42 sont classés dont : 7 à 1 étoile ; 12 à 2 étoiles ; 14 à 3 étoiles ; 8 à 4 étoiles et 1 à 4 étoiles luxe.

### **5.1.2. Audit des hôtels :**

#### **a. Etat physique**

- A Niamey la quasi-totalité des hôtels a bénéficié des exonérations accordées par les autorités du pays à la veille des 5<sup>ème</sup> Jeux de la Francophonie. Les anciens hôtels (Grand Hôtel, Ténéré, Terminus, Sahel) ont d'une part été rénovés et d'autre part procédé à des extensions, ce qui leur donne un aspect neuf et sont donc plus ou moins acceptables. Les nouveaux hôtels, construits au moment des Jeux de la Francophonie ont des espaces très réduits ou sont des villas transformées en hôtels. La difficulté majeure est que pratiquement aucun hôtel ne répond aux normes pour la catégorie qu'il porte. Cela va de la superficie des chambres ou des halls en passant par les équipements ; ces derniers ne sont pas au standard international ni suffisamment fonctionnels. Des catégories ont été délivrées sans rapport avec les normes que l'administration du tourisme a choisi d'appliquer et de faire respecter. Dans tous les cas, le client est désagréablement surpris par le rapport qualité/prix.
- La deuxième catégorie concerne les hôtels de l'intérieur. Certains sont moyennement bons et acceptables par la clientèle mais beaucoup sont en état de dégradation très poussée et ne répondent plus aux normes correspondantes à leur classement.

#### **b. Prestations de services**

- A Niamey, c'est essentiellement les anciens hôtels qui ont un niveau de service plus ou moins acceptable et assuré à plus de 70% par le personnel formé sur le tas. Il est effectué pour plus de 70% par le personnel ; l'écart, entre le standard international et la réalité est évident. De la réception à la cuisine, en passant par les salons, les salles et les chambres, les prestations sont pratiquement assurées par un personnel formé sur le tas qui réclame et demande des stages de perfectionnement
- A l'intérieur du pays, la quasi-totalité du personnel assurant l'exploitation des hôtels est sans formation. C'est souvent un membre de la famille qui a effectué un stage de deux à trois mois dans un hôtel de Niamey qui tient l'établissement.

#### **c. Mode de gestion :**

La gestion des unités touristiques et hôtelières est ambivalente. Certaines unités travaillent dans le formel et d'autres dans l'informel.

- i. Les unités touristiques et hôtelières formelles doivent obéir aux conditions légales et réglementaires suivantes : l'acquisition d'un permis de construire ; le respect des normes de construction ; l'autorisation d'ouvrir ou d'exploiter l'établissement ; l'obtention d'une licence de « type A » ou de « type B » ; l'établissement d'un bilan annuel et d'un compte d'exploitation générale ; un personnel ayant une formation appropriée pour le métier (surtout les gérants). Dans la pratique les choses sont tout autres. Il est relevé que : le bilan annuel et le compte d'exploitation générale ne sont pas produits dans la majorité des cas ou le sont avec retard ; le gérant est un membre de la famille n'ayant aucune référence professionnelle et aucune notion de gestion des établissements touristiques ; la relève n'est pas assurée après le départ du promoteur gérant ; l'insuffisance de contrôle et de suivi de l'exploitation par l'administration du tourisme encourage l'informalisation de la gestion ; le personnel est en majorité formé sur le tas. Les conséquences sont pénalisantes pour le secteur :
  - les statistiques du secteur sont mal connues ;
  - la qualité des prestations fournies laisse à désirer ;

- l'impact du tourisme sur l'économie nationale est difficilement mesurable (emplois directs et indirects, masse salariale, impôts directs et indirects, investissements, consommation eau, électricité, téléphone et autres effets induits).
- ii. **Les unités touristiques et hôtelières informelles** : A l'opposé des premières, ces unités ne répondent à aucune condition légale et réglementaire. Elles sont peu connues des administrations publiques impliquées dans le développement du tourisme et de l'hôtellerie. Elles travaillent « au noir ». Elles sont dirigées par une seule personne à la fois propriétaire et gérant, qui le plus souvent, n'a aucune connaissance des critères de gestion des établissements touristiques.

## 5.2. LES AGENCES DE VOYAGES.

153 agences de voyages, bureaux de voyages et agences de location de voitures opèrent au Niger, répartis comme suit : 68 à Niamey ; 70 à Agadez ; 15 à Diffa, Tahoua et Zinder.

Tout comme pour les hôtels, l'essentiel des entreprises promotrices de voyage se trouve à Niamey et Agadez, avec un total de 138 sur les 153 pour les deux régions.

On notera que, pour des raisons diverses beaucoup d'agences sont inactives actuellement.

Sur les 153 agences de voyages, bureaux de voyages et agences de location de voitures 142 sont titulaires de la licence de « type A » et 11 de la licence de « type B »

Les agences de voyages sont essentiellement réparties entre Agadez et Niamey. Depuis 2007 avec la réapparition de l'insécurité résiduelle, les activités de certaines agences ont été réorientées vers le reste du pays.

Globalement le parc des véhicules utilisés par les agences de voyages est soit de mauvaise qualité (véhicules 4x4 non climatisés), soit largement amorti et pas toujours bien entretenu. L'insuffisance d'activités ne permet pas d'investir en véhicules neufs et de rentabiliser ceux qui existent.

## 5.3. LES RESTAURANTS, BARS, NIGHT-CLUBS ET ACCOMPAGNEMENT.

Le nombre de guides sur l'ensemble du pays et leur répartition par région ne sont pas disponibles. Il en est de même pour les restaurants et les night-clubs, il existe plus de 150 bars et des centaines de restaurants. Cependant, en dehors de quatre (4) ou cinq (5) restaurants à Agadez et une douzaine à Niamey, les autres offrent un spectacle de désolation par manque de fréquentation. La gastronomie y est inexistante, le manque de personnel qualifié ne permet pas d'offrir un service de qualité acceptable. La restauration dite de maquis n'offre aucune garantie pour le touriste.

## 6. APPORTS DE QUELQUES SECTEURS EN FAVEUR DU TOURISME

De nombreuses autres entités publiques que le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ont la responsabilité de domaines touchant directement ou indirectement au développement du tourisme. Les principaux de ces domaines sont passés en revue ci-après dont l'objectif principal est de recenser les actions majeures récemment mises en œuvre, en cours ou en projet.

### 6.1. L'ARTISANAT

Le secteur de l'artisanat en dehors du fait qu'il figure en très bonne place parmi les activités économiques du pays, possède une caractéristique principale qui est sa transversalité avec beaucoup d'autres secteurs dont l'agriculture, l'élevage, l'environnement et surtout le tourisme.

L'activité de l'artisanat constitue une composante essentielle du produit touristique et enrichit le potentiel et les atouts touristiques du pays avec les différents villages et centres artisanaux et les différents produits artisanaux reflétant la diversité et la richesse culturelle du pays.

L'importance du secteur est appréciée à travers les potentialités suivantes :

- en terme d'effectif, plus de 600 000 personnes exercent dans les secteurs dans plus de 360 000 micro et petites entreprises artisanales (MPEA) réparties entre 207 métiers répertoriés ;
- en terme de contribution à la richesse nationale ,cette activité comptabilisée au compte de l'Etat dans « le commerce et les services » représente plus de 23% du PIB ;
- l'existence de bonnes conditions de travail avec 10 centres et villages artisanaux, répartis dans les régions, équipés et dotés de boutiques de placement des produits artisanaux ainsi que de quatre mini tanneries (Gamkalley à Niamey, Tamaské, Tahoua commune, Magaria Makéra) et une semi-traditionnelle au Centre des Métiers du Cuir et d'Art du Niger (CMCAN) ;
- un artisanat riche, varié et très compétitif sur le marché international avec des produits porteurs issus de la bijouterie, la maroquinerie-coordonnerie, le tanage, la vannerie, la confection traditionnelle, la transformation agro-alimentaire, la sculpture sur bois et sur pierre à talc.

Le développement du secteur est assuré par la Direction de la Promotion de l'Artisanat dont la principale mission est la mise en œuvre de la Politique Nationale de Développement de l'Artisanat adoptée depuis 1992.

La DPA dans le cadre de sa mission œuvre de concert avec plusieurs partenaires dont les principales sont la Fédération Nationale des Artisans du Niger (la FNAN) et ses démembrements ,notamment la Section Féminine et le Salon Internationale de l'Artisanat pour la Femme (SAFEM).

La FNAN est la principale organisation professionnelle du secteur qui compte plus de 79 000 adhérents avec une section féminine très dynamique.

Le SAFEM initié en 2 000 et institutionnalisé en 2005, est un outil international permanent de la promotion de l'artisanat africain qui a plusieurs volets dont :

- la promotion interne et externe des produits artisanaux africains ;
- le développement des activités artisanales féminines ;
- la promotion des potentialités culturelles et touristiques du pays, à travers le concept de la région phare.

## 6.2. LA CULTURE

Le Ministère de la culture intervient dans le tourisme à travers la Direction du Patrimoine (tout ce qui concerne le tourisme culturel). Les responsables soulignent l'absence d'un cadre institutionnel de concertation et de coordination « Culture/Tourisme » dont l'urgence de formalisation s'impose pour l'intérêt du tourisme nigérien (discussion et résolution de tous les problèmes d'intérêt commun). Le Ministère de la Culture est pour une meilleure exploitation touristique des produits culturels nigériens et voit que le tourisme les exploite mal en ne respectant pas leur pérennité. Il est nécessaire de protéger, de préserver et de conserver le produit culturel pour assurer sa pérennité. Le but est d'exploiter et de valoriser en faisant vivre les produits et les sites. Il en est de même pour l'IRSH qui déplore le pillage des sites archéologiques. Les circuits touristiques sont mal définis et laissent la possibilité de l'exploitation indue des sites historiques et archéologiques (ramassage et déplacement des objets, pillage de produits). L'application du texte de loi n° 022/30 sur la conservation, la protection et la valorisation des sites culturels et naturels du Niger nécessite la sensibilisation des agences de voyage, des guides et des populations des communautés locales sur l'intérêt de tous à conserver durablement les sites. Le Décret conjoint n°97-407 des Ministères en charge de la Culture et de la Recherche fixe les modalités de ladite loi, relative à la protection, la Conservation et la mise en valeur du patrimoine Culturel National. La nomenclature des biens culturels dont l'importation, l'exportation et le transfert international de biens culturels soumis à autorisation administrative préalable du Ministère de la Culture est comme suit :

- manuscrits arabes ou ajamis anciens ;
- ornement de danse du type ancien ;
- statues, statuettes, poupées de types anciens ;
- portes, volets, serrures, poteaux sculptés de type ancien ;
- mobilier traditionnel : escabeaux, chaises, sièges, coussins, appui-tête, armatures et piliers de tente, supports de lit en bois ou en terre cuite ;
- ustensiles : pots, écuelles, cuillères, louches ;
- objets liés à l'histoire des chefferies traditionnelles ;
- objets de cultes anciens ;
- plateaux du type ancien ;
- armes : massues, arcs, et carquois, lances, sabres, côtes de maille, couteaux, fusils, sceptres ;
- selleries et harnachements équestres ou camelin de types anciens ;
- textiles et cuirs du type ancien ;
- instruments de musique : tambours, flûtes, cors, trompettes de type ancien ; Jeux et jouets de type traditionnel ancien.

Par ailleurs, une politique de création de musées tant au niveau national que régional (Zinder et Dosso) a été entamée très tôt au Niger. Elle trouve son émanation dans la volonté qu'ont les autorités politiques du Niger à protéger le patrimoine culturel du pays et à en faire une des niches de développement du tourisme. Outre les musées existants, un projet de création du Musée du site du barrage de Kandadji est programmé pour pallier l'impact négatif de l'ouvrage, à savoir le risque de destruction et du pillage d'éléments du patrimoine culturel notamment archéologiques. Cette politique est salutaire et ne manquerait pas de valoriser l'apport futur du tourisme en enrichissant les produits touristiques nigériens. A titre d'illustration, citons la richesse des collections du Musée National.

Avec une superficie de 24 ha, ce Musée a été créé le 18 décembre 1959 et érigé en Etablissement Public Administratif doté d'une personnalité juridique et d'une autonomie financière par la Loi n° 90-25 du 28 décembre 1990. Les collections du Musée ont été constituées en quatre temps :

- la plupart des collections ethnographiques ont été léguées au Musée par le Centre IFAN Niger dans les années 1960 à 1974 ;
- quant aux collections paléontologiques, elles datent des années soixante-dix (70) (à travers l'ORSTOM - actuel IRD- et le CNRS) et même quatre-vingt dix(90) pour les dinosaures (recherche Française et Américaine) ;
- elles datent des années soixante-dix (70) (à travers l'ORSTOM et le CNRS) et même quatre-vingt dix pour les dinosaures ;
- les collections archéologiques et minéralogiques datent des années quatre-vingts et quatre-vingt dix ;
- à côté des collections objets, le musée expose les collections "vivantes" constituées de plusieurs spécimens de la faune et de la flore nigérienne. Celles-ci ont fait leur entrée au Musée à partir de 1963 pour la faune et de 1959 pour la flore.

Une politique d'acquisition permanente des collections objets et des espèces fauniques permet d'enrichir et de valoriser le Musée, Il serait aussi injuste de ne pas mentionner les collections "renouvelables"

fabriquées quotidiennement par des artisans dont les premiers ont fait leur entrée au Musée en 1963. Enfin, les habitats traditionnels et leur équipement datent de 1959 et leur renouvellement se fait annuellement.

Le Musée a organisé plusieurs expositions tant à l'international qu'à l'intérieur sur les costumes traditionnels du Niger ; les gravures et peintures rupestres (8000 gravures et peintures du Niger) ; les résultats des fouilles archéologiques effectuées au Niger ; la paléontologie et la préhistoire par l'ORSTOM et le CNRS, l'uranium du Niger en collaboration avec les sociétés minières du Niger (COMINAK, COGEMA) ; la pharmacopée traditionnelle du Niger ( en collaboration avec les Peace corps du Niger) ; les fouilles archéologiques avec l'Institut de Recherches en Sciences Humaines et le Wamp.

En 1998, le Musée a accueilli la grande exposition itinérante « Vallées du Niger » qui regroupe tous les pays riverains du fleuve Niger (Niger, Burkina, Guinée, Nigeria, Mali, Mauritanie) en partenariat avec le MNAO. La même année a vu se dérouler une exposition sur la Girafe au Niger. En 1999, une exposition itinérante sur l'Eau du désert a été montée au Musée National du Niger avec la participation de l'Institut Goethe, suivie par d'autres dont Repères Nigériens.

Le musée National du Niger a mis en place une politique de fréquentation souple et conviviale (. modicité des frais d'entrée, possibilité donnée au visiteur de commander des objets souvenirs, du mobilier et de se rafraîchir à la buvette, visites guidées par un corps de professionnels de talent, dispositions de repos et de récréation pour adultes). A titre illustratif, le nombre de visiteurs dépasse largement le seuil des 200 000.

### **6.3. L'ENVIRONNEMENT :**

La question de l'environnement préoccupe ouvertement le Niger depuis une bonne vingtaine d'années. Plusieurs expertises ont été menées au regard de la lutte contre la désertification et de la dégradation des ressources naturelles. Celles-ci ont conduit à la formulation de nombreux plans et programmes d'intervention qui n'ont généré cependant qu'une partie des effets bénéfiques attendus. C'est dans ce contexte que le Niger a signé et ratifié les trois (03) conventions post-Rio relatives à la conservation de la diversité biologique, à la lutte contre la désertification et aux changements climatiques ainsi que les différents accords et protocoles internationaux (les protocoles de Kyoto et Carthage ratifiés fin 2004) qui ont suivi.

Dans cette même dynamique et en réponse à l'Agenda 21 issu de la conférence de 1992 de Rio, le pays a élaboré et adopté son plan d'action national environnemental connu sous le nom de Plan National de l'Environnement pour un Développement Durable (PNEDD). Plus spécifiquement, pour mettre en œuvre ces conventions, des stratégies, programmes et plans d'action ont été élaborés pour chacune d'elles. Il s'agit de la Stratégie Nationale et du Plan d'Action en matière de diversité biologique (SNPA/DB), du Programme d'action national de lutte contre la désertification et la gestion des ressources naturelles et de la Stratégie nationale et plan d'action en matière de changements et variabilité climatiques.

Dans le cadre de la mise en œuvre de son PNEDD qui tient lieu de l'Agenda 21 National, le Niger a créé par décret N° 96-004 du 9 janvier 1996 du Premier Ministre, le Conseil National de l'Environnement pour un Développement Durable (CNEDD), structure rattachée au Cabinet du Premier Ministre. Le décret a été modifié et complété par le décret N° 2000-272/PRN/PM du 04 août 2000 portant en vue de répondre à la préoccupation relative à une meilleure prise en compte de la société civile, à l'intégration de la communauté scientifique et à une diversification des acteurs dans la mise en œuvre et le suivi du PNEDD.

Avec l'adoption fin 2003 de la stratégie de développement rural SDR, les autorités nigériennes ont intégré les questions environnementales et les différents programmes élaborés (Programmes d'Actions National d'adaptation aux changements climatiques, lutte contre la désertification, préservation de la biodiversité...) et leur mise en application, au niveau local (arrondissement, département...). Une Consultation Sectorielle sur l'Environnement et la lutte contre la désertification, s'est tenue en novembre 2005. Elle a permis de réaliser un Plan d'Action à Moyen Terme (PAMT), pour la période 2006-2011, plan qui a reçu, sur

le fond, l'aval des différents partenaires. Cependant le financement du Plan est loin d'être assuré et des discussions vont avoir lieu pour définir les priorités dans le cadre des enveloppes budgétaires possibles. Cet exercice difficile reste à faire, en concertation étroite avec les partenaires techniques et financiers. Le CNEDD et le ME/LCD assurent, avec l'appui des partenaires au développement (notamment du PNUD, de l'Italie et de la France), la prise en compte des préoccupations environnementales du Niger lors des réunions internationales.

Le projet du Fonds de Solidarité Prioritaire ROSELT (Réseau national de surveillance écologique à long terme) transféré à l'AFD, dispose de moyens pour renforcer les capacités des acteurs nationaux sur ces conventions. Ainsi ROSELT appuie le CNEDD pour améliorer l'information de la société civile (ONG, organisations professionnelles agro-pastorales, communes rurales) et du groupe développement rural de l'assemblée nationale sur les enjeux liés à ces grandes conventions ; des fascicules de vulgarisation/sensibilisation sur les trois conventions sont édités ; leur déclinaison portant orientation de la politique d'Aménagement du territoire et traitant des dispositions relatives à la préservation et la valorisation des ressources naturelles stipule que :

- la lutte contre la désertification, la préservation et la valorisation de l'environnement et des facteurs naturels de production constituent une priorité de la politique d'aménagement du territoire ;
- la Politique Nationale d'Aménagement du Territoire (PNAT) favorise la promotion du secteur touristique, tout en veillant à sauvegarder le patrimoine culturel et naturel du pays ;
- l'Etat veille à la prise en compte de la dimension environnementale lors de la formulation des programmes et des projets en y incluant notamment les études d'impact intégrant les aspects écologiques, socio-économiques et culturels. Il veille également au respect des conventions internationales en la matière par tous les acteurs du développement ;
- les initiatives villageoises de restauration de l'environnement à travers notamment la responsabilisation des communautés dans la gestion de leur terroir ;
- le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT) définit la problématique et les grands axes du développement spatial du pays à long terme. Il contribue à la définition des programmes et projets structurants du territoire national ;
- le SNAT constitue un cadre de réflexion dans lequel doivent s'intégrer toutes les politiques et actions de développement appliquées sur le territoire national. Les orientations du SNAT sont précisées et mises en œuvre par les schémas sectoriels, les schémas régionaux, les schémas de zones, les schémas directeurs d'urbanisme, les schémas de gestion des terroirs et les schémas d'aménagement foncier.
- la loi 2001-032 du 31 décembre 2001 portant orientation de la politique d'aménagement du Territoire en ses articles 54 et 55 définit le Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT) comme outils de référence de la mise en œuvre de la politique d'aménagement du territoire ;
- les orientations du SNAT sont précisées et mise en œuvre par les Schémas Sectoriels, les Schémas Régionaux, les Schémas de zones, les Schémas Directeurs d'urbanisme, les Schémas de gestion des terroirs et les Schémas d'aménagement foncier.

Par ailleurs, aux termes des dispositions de l'ordonnance n° 97-001 du Ministère en charge de l'Environnement portant institutionnalisation des études d'impact sur l'environnement, la protection des espaces naturels et des paysages, la préservation des espèces animales et végétales, le maintien des équilibres biologiques, la protection des ressources naturelles et de l'environnement en général sont considérées comme des actions d'intérêt général favorisant le développement durable au Niger. A ce titre, chacun doit veiller à la sauvegarde du patrimoine naturel et de l'environnement dans lequel il vit. Les activités publiques ou privées d'aménagement, d'équipement et de production doivent se conformer aux mêmes exigences.



## 6.4. LES TRANSPORTS.

Le Ministère des Transports mène d'importantes actions en faveur du tourisme (transport aérien, terrestre et fluvial).

**Au niveau du transport aérien**, le sous- secteur dispose de 4 structures ayant pour rôle l'exploitation des aérodromes, la gestion de l'espace aérien, le transport des passagers, du fret et de la poste ainsi que l'assistance en escale.

Dans les domaines des infrastructures, des technologies de l'information et de la communication (TIC), des systèmes de commutations, navigation, surveillance et gestion du trafic aérien par satellite, il y a lieu de noter une évolution significative.

Le Niger dispose de 3 aéroports internationaux (Diori Hamani de Niamey, Agadez et Zinder), et d'autres petits aérodromes secondaires publics et privés. A l'aéroport international Diori Hamani de Niamey, grâce aux jeux de la Francophonie, le Ministère a procédé à la réhabilitation de la piste, la réalisation d'un mur partiel de clôture. L'Agence pour la sécurité de la navigation aérienne en Afrique et Madagascar (ASECNA) effectue un nouveau bloc technique abritant les organes de la circulation aérienne (bureau de piste, centre de contrôle régional de la météorologie). Il est à signaler que l'aéroport est exploité en sous-capacité (traitement de 120 000 passagers par an sur une capacité de 800 000). Pour l'aéroport d'Agadez, la piste est refaite, la clôture est en cours. Le gouvernement nigérien le place sur la liste des aéroports à confier à l'ASECNA, pour la gestion. Le coût de la remise à niveau est de 3 milliards de FCFA. Il est projeté d'agrandir la piste de 3000\*30 à 3000\*45. Il en est de même pour l'aéroport de Zinder dont le coût à la remise pour gestion par l'ASECNA est de 2 milliards FCFA.

Dans le domaine des accords aériens, la Direction de l'Avion Civile a conclu plusieurs accords et mémorandums d'entente ayant permis d'enregistrer les résultats suivants :

Sur l'Aéroport de Niamey : Air France : 04 fréquences par semaine ; Royal Air Maroc : 06 fréquences par semaine ; Air Algérie : 02 fréquence par semaine ; Air Burkina : 04 fréquences par semaine ; Mauritania Airways : 04 fréquences par semaine ; Afriqiyah : 03 fréquences par semaine.

Sur l'Aéroport d'Agadez : Deux compagnies Charters : Go Voyage et point Air Afrique opèrent chaque année de Novembre à Avril, mais, elles ont suspendu leurs vols en 2007 pour des raisons de sécurité dans la zone.

Concernant la création d'une compagnie aérienne au Niger, il y a lieu d'indiquer que depuis la disparition d'Air Niger en 1985, le transport aérien domestique a toujours constitué un sujet de préoccupation pour les autorités nigériennes. Plusieurs initiatives non concluantes, ont été entreprises pour la constitution d'une compagnie aérienne nigérienne. Néanmoins, deux compagnies aériennes : THS et Tamara Niger Aviation assurent à la demande le transport à l'intérieur du pays. Cependant en avril 2009, des promoteurs nigériens ont créé Arik Niger SA qui n'est plus opérationnelle.

Les principales contraintes du secteur sont les suivantes :

- le coût élevé du transport au regard du pouvoir d'achat des nigériens ;
- l'insuffisance d'entreprise aérienne pour les travaux de réhabilitation des infrastructures aéroportuaires ;
- la concurrence de la route ;
- l'insuffisance de personnel qualifié requis ;
- le coût élevé du kérozaine et des taxes d'atterrissage.

L'Orientation Stratégique sera axée sur les aspects suivants :

- la création d'une Autorité de l'Aviation Civile pour assurer la supervision de la sécurité de l'Aviation Civile suivant les normes et pratiques recommandées par l'Organisation de l'Aviation Civile internationale (OACI) ;
- la politique de ciel ouvert.

**Au niveau du transport terrestre**, un effort pour des facilités d'accueil des passagers aux postes frontières terrestres est engagé. Dans le cadre du programme régional de transport et de transit routier en Afrique de l'Ouest, il a été décidé de construire des postes frontières et d'assurer la fluidité du trafic en procédant à un seul contrôle de police et de douane ; 13 postes frontières à construire sont identifiés. Par ailleurs, le projet Africarail regroupant quatre états (Niger, Bénin, Togo et Burkina Faso) envisage l'amélioration du réseau ferroviaire par la construction de 2 lignes reliant Parakou (Bénin) à Dosso via Gaya. / et Fada – Kaya – Terra – Niamey. En outre, il existe deux autres projets de lignes ferroviaires reliant Dosso à l'usine d'uranium au Nord et la ligne Kano-Zinder. Il existe aussi une société de transport touristique, la CENSAD qui dispose d'une dizaine de cars touristiques, en plus de dix grandes sociétés de transport des voyageurs interurbains et international (Rimbo, Air Transport, Azawad, Maissagé, Assalam, Société Nigérienne de Transport Voyageurs, Africa Expres, Sonitav, Sotrav, et Souna Transport).

## 6.5. LES INFRASTRUCTURES.

Le Niger dispose en 2007, selon le rapport de mise en œuvre de la Stratégie de Réduction de la Pauvreté, d'un réseau routier relativement bon avec environ 4.000 km de routes bitumées reliant les grands centres et 15.000 km de routes en terres modernes, terres et pistes sommaires entretenues par la Caisse Autonome d'Entretien Routier (CAFER). Il mène avec l'appui des partenaires bilatéraux et multilatéraux une politique de réhabilitation de son réseau routier. C'est ainsi que plusieurs tronçons ont été réhabilités sur l'étendue du territoire national ce qui a facilité l'accès aux sites touristiques.

Dans la région du fleuve (Ouest), on peut citer les routes Niamey-Ayorou ; Téra-Dori (en cours) ; Say-Tapoa (en instance) ; Kollo-Kirtachi (en instance de démarrage) .

Dans la région du Centre qui comporte Maradi et Tahoua : Routes Tibiri-Dakoro (en cours) ; Dakoro-Belbedji (en instance de démarrage) ; Kao-Tchintabaraden et Tchinta-Tassara (à aménager) .

Dans la région Air Ténéré : routes rurales de l'Air (en cours) ; Arlit-Assamaka (étude disponible) ; Agadez-Tamou (en cours) .

Dans la région Est qui comporte Zinder et Diffa : Routes Diffa-N'Guigmi- frontière du Tchad (étude disponible) .

Il est prévu à terme d'assurer les liaisons routières Dori (Burkina) – Terra (en cours) Maradi – DAKORO (en cours) DAKAR – Port Soudan via Mali et Niger (en projet).

Toutes ces réalisations visent à désenclaver, valoriser et rendre beaucoup plus accessibles les sites touristiques.

C'est à travers ces actions que le Ministère de l'Équipement œuvre en faveur du tourisme au Niger.

Concernant les VRD, il y a eu un gros effort d'adduction d'eau dans les grands centres, réalisé par une société internationale (Vivendi). Mais il n'y a pas de réseaux d'assainissement au Niger ; c'est un problème pour le tourisme : les fosses d'eaux usées sont souvent visibles. Elles contribuent à la pollution des nappes phréatiques et facilitent la pollution des insectes porteurs de maladies comme le paludisme. L'évacuation des eaux de pluie est assurée à certains endroits et le programme réalisé à Agadez a été une réussite. Le ramassage des ordures est très rare et, malheureusement, la première impression donnée par la campagne nigérienne est donnée par la vision de sacs plastiques accrochés dans les arbres, les buissons et les clôtures. L'électricité est assez fiable mais coûte cher et connaît ces derniers temps de longues coupures

répétées. Les télécoms s'améliorent mais restent chères. Les structures hébergeant les touristes se plaignent du coût élevé de l'eau et de l'électricité mais les améliorations techniques récentes sont saluées. La priorité, du point de vue du tourisme, est l'assainissement et le ramassage des ordures.

L'infrastructure sanitaire très peu développée du pays n'est pas sans poser de sérieux et de multiples problèmes relatifs aux soins à donner aux touristes malades ou accidentés, notamment pour :

- l'évacuation des touristes depuis les sites touristiques jusqu'aux centres urbains voisins dotés d'équipements de santé ;
- les soins à donner dans les centres urbains proches des sites touristiques mais insuffisamment équipés ;
- l'évacuation des touristes malades ou accidentés depuis les centres urbains proches des sites touristiques jusqu'à Niamey ;
- l'évacuation des touristes vers leur pays d'origine à partir de Niamey.

Le système téléphonique au Niger est assez performant et couvre l'ensemble du pays. L'exploitation de la téléphonie fixe est assurée par la Société Nigérienne de Télécommunication (SONITEL) et orange tandis que la téléphonie mobile est assurée par quatre (4) opérateurs ( Airtel, Sahel Com, Orange et Moov).

## 6.6. L'URBANISME ET L'HABITAT.

Le Ministère de l'urbanisme et l'habitat agit en faveur du tourisme à travers les textes réglementaires dont il a la charge de leur application. Il s'agit notamment de :

- l'ordonnance n°59/113/PCN du 11 juillet 1959, portant réglementation des terres du domaine privé de la république du Niger ;
- l'ordonnance n° 97/005 du 17 janvier 1997, instituant des documents d'urbanisme prévisionnel et d'urbanisme opérationnel ainsi que des outils de contrôle de l'utilisation du sol urbain ;
- le décret n° 97/304/PRN/ME/I du 08 Août 1997, portant création, attributions et organisation des organes consultatifs de l'habitat en matière d'urbanisme et de l'habitat ;
- le décret n° 97/305/PRN/ME/I du 08 Août 1997, fixant les modalités d'élaboration, d'approbation et de mise en vigueur des documents d'urbanisme prévisionnel ;
- le décret n° 97/306/PRN/ME/I du 08 Août 1997, fixant les modalités d'établissement, d'approbation et de mise en vigueur des plans de lotissement ;
- le décret n° 2000-269/PRN/ME/T du 04 Août 2000, portant modalités d'approbation des études architecturales et techniques et du contrôle des constructions des bâtiments publics et/ou recevant du public ;
- le décret n° 2000-271/PRN/ME/T du 04 Août 2000, portant réglementation de la profession de bureaux de contrôle techniques, de bureaux d'études techniques et de laboratoires du bâtiment et des Travaux Publics ;
- la loi n° 2008-03 du 30 Avril 2009, portant loi d'orientation sur l'urbanisme et l'aménagement foncier ;
- la loi n° 2008-37 du 10 juillet 2008, modifiant et complétant la loi n° 61-37 du 24 novembre 1961 réglementant l'expropriation pour cause d'utilité publique et l'occupation temporaire ;
- l'arrêté n° 078/MEH/A/AT/DGUH/DCA du 09 Avril 2002 fixant les frais d'examen des bâtiments comportant un ou plusieurs sous-sols.

D'autre part, la communauté urbaine de Niamey applique deux (2) textes pour la gestion urbaine :

- l'arrêté n° 045/CUN du 14 Août 1998, portant institution d'une taxe rémunératoire sur les autorisations de construire ainsi que la note d'information sur le permis de construire d'Août 2005 ;
- l'arrêté n° 04/VN du 13 mars 1984 portant institution d'une taxe pour la constitution de dossier en vue du constat de mise en valeur.

## 7. INTRODUCTION DES TICS DANS LE TOURISME NIGERIEN.

Le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat est conscient que les pays qui réussissent dans le tourisme sont ceux qui ont une vision à moyen et long terme donc qui ont su bâtir des stratégies à moyen et long terme. Le Niger, malgré son potentiel, ne profite que peu des retombées du secteur. Les NTIC constituent une véritable opportunité pour les P.V.D grâce à leur capacité d'informer on line et de modifier la distribution des produits. Ils ont, au cours de ces trente dernières années, complètement révolutionné le secteur du voyage et du tourisme.

La généralisation de l'Internet et l'essor du e-commerce ont conduit à une modification des comportements de consommation par l'explosion du tourisme en ligne et des processus de commercialisation par la révolution de l'Internet (GDS : global distribution système, agences de voyage en ligne, comparateurs de prix et d'offre) et à faire éclore de nouveaux modes et moyens d'information, de communication et de promotion des destinations touristiques..

### 7.1 LE CADRE GÉNÉRAL DES TICS.

Au Niger, le plan national de développement des TIC appelé plan NICI a été adopté par le gouvernement nigérien en janvier 2004 et constitue le socle du treizième axe de la Déclaration de Politique Générale (DPG) du Premier Ministre en date du 28 mai 2005. L'élaboration d'un programme de mise en œuvre pour la période 2005-2010 constitue la deuxième étape décidée par le gouvernement pour rendre opérationnel le plan NICI. Le tourisme y est inscrit à part entière :

AXE 2 : TIC et SRP

Objectif N° 3 : Favoriser à travers les TIC la croissance économique par le développement des secteurs productifs (Agriculture, Elevage, Secteur Privé, Tourisme).

Initiative –clé 3.4 : Promouvoir le tourisme nigérien au plan interne, sous-régional et international

AXE 4 : Développement de contenus

Objectif 3 : Création d'un portail touristique, artisanal et culturel du Niger 2006

Initiative- clé 3.1 : Créer un portail touristique, artisanal et culturel permettant de mieux vendre la destination du Niger et de mieux valoriser les produits artisanaux et culturels.

La réalisation du plan NICI au Niger souffre de nombreux retards. L'interconnexion des sites, l'élaboration de schémas directeurs informatiques, la connexion à Internet des Ministères ne sont pas encore une réalité au niveau gouvernemental.

Le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat est l'un des premiers départements à disposer d'un portail web ([www.niger-tourisme.com](http://www.niger-tourisme.com)) et à réaliser une informatisation partielle de ses Services.

De manière générale :

- l'accès aux TIC et à Internet restent difficiles malgré la multiplication des offres Internet (Sonitel, Orange, Ixcom, Liptinfor,...) et la multiplication des cyber- cafés ou des points d'accès WIFI (hôtels, restaurants) ;
- les nigériens souffrent d'un manque de formation aux outils informatiques et à Internet, que ce soit dans le secteur public ou dans le privé.

### 7.2- LES TIC DANS LE SECTEUR DU TOURISME AU NIGER.

#### 7.2.1 .Les outils mis en place dans le secteur public .

Le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat a très vite compris les enjeux et les opportunités d'Internet pour le développement du Tourisme au Niger. [www.niger-tourisme.com](http://www.niger-tourisme.com) a été l'un des premiers sites

gouvernementaux à voir le jour en 2004. C'est un portail versatile qui porte sur tous les aspects de la vie économique au Niger. Sa section « Tourisme » est certes large, bien documentée et très à jour, mais n'est pas l'essentiel du portail. C'est un site généraliste qui permet de connaître ce qui se passe de manière quasi-officielle dans le pays. Il pourrait être utilisé plus communément par les hommes d'affaires.

Réalisé en France par la Société Comon'web, ce premier portail du tourisme au Niger était essentiellement axé sur la promotion de la destination et de ses attraits touristiques.

Le site a ensuite été amélioré par l'apport d'un consultant en TIC (Impact Régie Niger) spécialisé dans le secteur de l'e-tourisme dans le cadre d'un partenariat public/privé. Celui-ci a permis de générer des fonds (régie publicitaire) qui ont conduit à l'informatisation partielle de la cellule de communication du MTA et à la connexion à Internet du Ministère.

Le site a ainsi intégré :

- un annuaire des professionnels du tourisme au Niger (Hôtels, restaurants, agences de voyages, compagnies aériennes,...) ;
- des informations aux voyageurs : visas, formalités, météo, ambassades et consulats... ;
- une régie publicitaire ;

Un volet formation a également été mis en place dans le cadre du partenariat :

- Formation des cadres du Ministère sur les potentialités du web pour le développement du tourisme et sur les nouvelles stratégies e-marketing ;
- Formation de la cellule de communication du MTA à la gestion de contenu sur le site.

Un nouveau site intégrant les nouvelles fonctionnalités du web 2.0, répondant mieux aux attentes des internautes et permettant une gestion plus aisée des informations sera mis en ligne en fin de l'année 2009..

A signaler par ailleurs que le Centre Nigérien de Promotion du Tourisme a également développé son propre site web : [www.maisontourisme-niger.com](http://www.maisontourisme-niger.com). C'est un site très simplifié de moins de vingt pages et non interactif.

En matière d'informatisation des services, si le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ainsi que le CNPT bénéficient d'un accès à Internet et disposent de matériels informatiques, ceux-ci sont confrontés à de multiples problèmes:

- Matériel informatique peu performant ;
- Absence de matériels multimédias : vidéo projecteur, appareils photos et caméras numériques ;
- Manque de formation des cadres aux outils informatiques (formation de base aux outils bureautiques et à Internet) ;
- Absence d'espace de travail collaboratif (Intranet/extranet) ;
- Mise en réseau limitée ;
- Informatisation sommaire des données (en particulier en ce qui concerne les statistiques du tourisme).

Aujourd'hui , seules les Directions centrales et certains Services sont informatisés (disposent d'ordinateurs) et certains connectés à Internet. En ce qui concerne les Directions régionales, rares sont celles qui disposent de matériels et d'une connexion Internet..

### **7.2.2 Les outils mis en place dans le Secteur privé.**

La situation du Secteur privé est quelque peu différente, car elle a dû très vite s'adapter aux nouvelles technologies.

Dans les agences de voyage, la plupart disposent de sites web plus ou moins performants et utilisent les GDS pour la billetterie et les réservations internationales (hôtels, location voiture,...).

Dans les hôtels et restaurants des sites web plus ou moins performants sont disponibles mais aucun restaurant ne dispose de site web. Très peu d'établissements privés dans ces catégories utilisent des systèmes informatiques de gestion : facturation, gestion des stocks, réservations.

Par contre les compagnies aériennes disposent de sites web « corporate/institutionnels », utilisent des GDS pour les réservations au niveau des agences et offrent des possibilités de réservation en ligne (Air France).

Il existe une grande disparité au niveau de l'accès et de l'utilisation des TIC entre les 2 principales villes d'attraction touristique (Niamey et Agadez) et les autres villes de l'intérieur du pays.

La mission (Maradi/Zinder/Diffa) entreprise par les consultants de la SNDT au mois de mai 2009 a permis de se rendre compte du faible niveau d'appropriation des TIC par les professionnels du tourisme : peu d'opérateurs touristiques disposent de courriers électroniques (moins de 10%), peu ont accès ou utilisent Internet, peu disposent de moyens de communication électroniques.

## **7.3- LA PRÉSENCE DU NIGER SUR LE WEB.**

### **7.3.1 . Les portails d'informations.**

- nigerdiaspora : [www.nigerdiaspora.net](http://www.nigerdiaspora.net) : site de la diaspora nigérienne offrant des actualités sur le pays. Ce site bénéficie du meilleur positionnement dans les moteurs de recherches (Google, Yahoo) ;
- Agadez-Niger : [www.agadez-niger.com](http://www.agadez-niger.com) : Site d'informations sur Agadez et sa région. Le site intègre également une partie sur le tourisme : attraits touristiques de la région, agences de voyages, artisanat. Le site dispose d'un site satellite : [www.artisanat-niger.com](http://www.artisanat-niger.com) (boutique en ligne) pour la vente de l'artisanat touareg. Ce site bénéficie d'un bon référencement dans les moteurs de recherches (Google, Yahoo).
- tam-tam info : [www.tamtaminfo.com](http://www.tamtaminfo.com) : Site d'actualités ;
- niger1.com : <http://niger1.com> : site d'actualités, destiné à la diaspora nigérienne ;
- infos-niger.com : [www.infos-niger.com](http://www.infos-niger.com) : Nouveau portail dans le paysage web nigérien, Infos-niger.com se positionne comme le premier portail d'informations et annuaire professionnel du Niger. Le site intègre une rubrique « Tourisme » offrant un aperçu des grandes attractions touristiques du pays. L'annuaire professionnel reprend la plupart des opérateurs touristiques (agences de voyages, hôtels, restaurants, compagnies aériennes, location voiture,...) présents au Niger. Il s'agit de la base de données des opérateurs touristiques la plus complète. Infos-niger.com a également établi un partenariat avec le site [www.niger-tourisme.com](http://www.niger-tourisme.com) sous forme d'échange de banner publicitaire. Il est enfin à noter qu'Infos-niger.com est le seul portail web à avoir développé une stratégie search et webmarketing sur les moteurs de recherche. Infos-niger.com propose également la création de galeries virtuelles pour les artisans nigériens. IZF Investir en zone franc (site UEMOA) : [www.izf.net](http://www.izf.net). Portail web de l'UEMOA, le site propose de nombreux liens dont un lien vers le MTA dans sa rubrique « Tourisme », ainsi qu'un annuaire des ambassades et représentations diplomatiques et des hôtels ;
- le républicain : [www.republicain-niger.com](http://www.republicain-niger.com) : journal en ligne ;
- le sahel : <http://www.lesahel.org> : journal en ligne.

### 7.3.2 . Les sites institutionnels.

il existe peu de sites gouvernementaux ou institutionnels. La majorité des Ministères ne disposent pas de sites web. L'absence d'un portail gouvernemental est particulièrement regrettable bien qu'une initiative ait vu le jour (<http://www.niger-gouv.ne/>, <http://www.communication-gouv-niger.ne/>)

**Présidence de la République :** [www.presidence.ne](http://www.presidence.ne/) ;

**Assemblée Nationale :** [www.assemblee.ne](http://www.assemblee.ne/) ;

**Ministère du Tourisme et de l'Artisanat :** [www.niger-tourisme.com](http://www.niger-tourisme.com) ;

**Centre Nigérien de Promotion du Tourisme :** [www.maisontourisme-niger.com](http://www.maisontourisme-niger.com) ;

**Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat du Niger :** [www.ccaian.org](http://www.ccaian.org). Intègre une rubrique « Tourisme ». Lien vers le site web du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ;

**Centre de Promotion des Investissements :** [www.investir-au-niger.org](http://www.investir-au-niger.org) ;

**Haut Commissariat à l'Informatique et aux NTIC :** [www.hcntic.ne](http://www.hcntic.ne) Liens vers des sites web officiels mais pas vers le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ;

**Institut National de Statistiques :** [www.stat-niger.org](http://www.stat-niger.org) ;

**Agence de Régulation des Marchés Publics :** [www.arnp-niger.org](http://www.arnp-niger.org) ;

**Agence de Régulation Multisectorielle :** [www.arm-niger.org](http://www.arm-niger.org) ;

**Ambassade du Niger au Canada :** [www.ambanigeracanada.ca](http://www.ambanigeracanada.ca) Intègre une rubrique « Tourisme » et propose quelques références d'hôtels (non mis à jour, coordonnées téléphoniques uniquement). Le site propose également une série de liens hypertextes pour le secteur du tourisme mais ne fait pas référence au site du MTA ;

**Consulat du Niger au Burkina-Faso :** [www.consulatgeneral-niger-bf.org](http://www.consulatgeneral-niger-bf.org) Intègre une rubrique « Tourisme ». Lien vers le site web du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et vers les sites d'hôtels de référence ;

**Office National de Radiodiffusion et Télévision du Niger :** <http://telesahel.org> ;

**Direction Nationale de la météorologie :** [www.meteo-niger.net](http://www.meteo-niger.net) ;

### 7.3.3 . Le tourisme nigérien sur le web .

Afin d'analyser la présence et le positionnement du tourisme nigérien sur le web , le consultant en TIC a procédé à des recherches en français, par mots- clefs, sur le moteur de recherche google (80% des recherches dans le monde). Les requêtes ont été tapées de manière intuitive, comme le ferait un internaute à la recherche d'informations : pas d'accent, pas de majuscules, suite de mots clefs. Le ranking (positionnement des sites web) de google recherché, est lié à un algorithme et celui-ci est susceptible de changer.

En se limitant aux seuls sites/pages dédiés au tourisme, le consultant a décidé d'analyser les 5 premières pages de résultats (50 premiers résultats) par requête (en moyenne 41% des internautes s'arrêtent à la première page, seuls 7% vont jusqu'à la 5eme page). Il a choisi 3 types de mots- clefs :

- des mots- clefs liés au tourisme et au voyage sur le Continent africain ;
- des mots -clefs liés aux thématiques de voyages et aux secteurs du tourisme porteurs sur le marché international ;
- des mots -clefs liés au tourisme au Niger.

L'analyse consiste à déterminer :

- Comment se positionne le tourisme nigérien par rapport à ces mots clefs sur le web ?
- Qui se positionne ?
- Quels sont les contenus disponibles ?

Les conclusions d'une telle recherche sont présentées ainsi :

### **Au niveau de la destination Afrique**

- le Niger ne se positionne pas sur le web comme une des destinations majeure de l'Afrique qui sont essentiellement l'Afrique du Sud, le Kenya, la Tanzanie, la Namibie et dans la sous région le Mali, le Sénégal, le Maroc, l'Algérie et la Tunisie ;
- le Niger ne parvient également pas à se positionner sur les marchés du tourisme ; porteurs par rapport à ses secteurs touristiques attractifs : safari, réserves naturelles, déserts, méharée, trekking randonnée, écotourisme, artisanat ;
- l'offre touristique du Niger au niveau international est essentiellement relayée par des TO tels que : Terre d'Aventure, Club Aventure, Point Afrique ;
- ceux-ci se positionnent essentiellement sur les trekkings et méharées dans la région de l'Air Ténére bien que de plus en plus d'agences de voyages et TO se repositionnent autour du Fleuve Niger et du Parc w.

### **Au niveau de la destination Niger**

- les sites web du MTA et du CNPT ne répondent pas aux attentes au niveau de la recherche d'informations par rapport aux secteurs touristiques attractifs du pays ainsi que par rapport à la recherche par « ville touristique ». Les sites bénéficient toutefois d'un bon référencement sur toutes les requêtes incluant le mot « tourisme » ;
- aucune ville du Niger ne dispose d'un portail web, à l'exception d'Agadez au travers du site Agadez-niger.com qui constitue également un site de référence pour le tourisme et l'artisanat ;
- les principales sources d'informations sur le tourisme au Niger, en dehors des sites du MTA et du CNPT, sont des sites web qui consacrent une rubrique au Tourisme au Niger ou qui proposent un annuaire des hôtels, restaurants, agences de voyages,...: Infos-Niger.com, Ambassade du Niger au Canada, Consulat du Niger au Burkina-Faso, Association Niger France, Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat du Niger, Niger diaspora ainsi que quelques sites personnels ;
- l'information la plus complète concernant les attractions touristiques majeures du pays se trouve sur le site du patrimoine de l'UNESCO dont plusieurs pages apparaissent dans les résultats de recherches : Réserve de l'Air Ténére, Fleuve Niger, mosquées en terre de Tahoua, Quartier Birni et sultanat de Zinder, Parc du w ;
- la plupart des guides de voyages en ligne proposent des pages génériques sans véritables contenus, à l'exception des guides touristiques (Routard, Lonely Planet, Petit-Futé) et de quelques guides de voyage collaboratifs: wikitravel, Yahoo ! Voyages. Du fait de leur forte fréquentation, ils figurent régulièrement en tête des résultats de recherches ;

### **Au niveau des agences de voyages et TO**

- les agences de voyages et TO se positionnent relativement bien par rapport à l'ensemble des secteurs attractifs du pays: désert, méharée, écotourisme (à l'exception de l'artisanat nigérien) ;
- la plupart des circuits proposés se concentrent autour du désert de l'Air et du Ténére (circuits 4X4, méharées, peuples du désert) et du fleuve Niger (parc w, écotourisme, fleuve Niger). L'Agence Expédition Ténére Voyages est la seule (sur le web) à proposer des circuits sur l'axe Maradi-Zinder-Diffa. Plusieurs agences proposent également des circuits « Tourisme solidaire » ;
- à noter également le positionnement de l'agence de voyages Escursia sur le marché de niche du « tourisme scientifique » ;
- plusieurs TO internationaux se positionnent sur la destination Niger : Terre d'Aventure, Club Aventure, Point Afrique ;
- les agences de voyages nigériennes les mieux positionnées sur le web sont : Croix du Sud, Ezzatours, Aligouran Voyages, Air Voyages, Agence Expédition Tenere Voyages ;
- plusieurs autres sites nigériens se positionnent également au travers de leurs annuaires: Infos-niger.com au niveau national, Agadez-niger.com au niveau de la ville d'Agadez.

### **Au niveau des hôtels / restaurants ;**

- les hôtels, à l'exception du Grand-hôtel du Niger et des hôtels Terminus et Ténére, ne se positionnent quasiment pas sur le web ;
- le site du MTA est parmi les mieux référencés et propose un annuaire des hôtels (essentiellement sur Niamey) ;



- plusieurs autres sites nigériens se positionnent également au travers de leurs annuaires: Infos-niger.com au niveau national, Agadez-niger.com au niveau de la ville d'Agadez ;
- à noter également que plusieurs hôtels sont référencés dans les guides de voyage en ligne, forums et sites de partage d'expérience : Hôtel Gaweye, Hôtel Tapoa ; ...
- aucun restaurant ne dispose de site web.

#### 7.4. AUDIT DES SITES WEB DU MTA ET DU CNPT.

Le consultant a effectué un audit technique : langage de programmation et système de gestion de contenus, , d'interaction, de communication , d'outils d'analyse , de fréquentation et de référencement. Il ressort entre autres que :

- les sites web MTA sont des Sites open source développés en PHP/MySQL. Il s'agit de 2 sites dynamiques tandis que le site CNPT est statique développé en html ;
- le site web MTA actuel ou celui en cours de finalisation inclus un Système de Gestion de Contenus (SGC) qui permet la gestion du contenu du site sans compétences techniques en matière de programmation. Le site est mis à jour à travers une interface d'administration et de simples formulaires web alors que le Site CNPT dispose d'un mode de navigation simple par ville ;
- l'information est structurée autour de 3 axes (Site web MTA actuel), 4 axes (Site web MTA 2.0) et autour des villes du Niger (Site CNPT) ;
- Les langues disponibles sont pour les sites web MTA actuel ou en cours le français, l'anglais, le chinois . Pour le site CNPT , le français seulement ;
- le site génère en moyenne entre 850 et 900 visites par mois, ce qui constitue une bonne moyenne par rapport à la spécificité de l'information ;
- le nombre de nouvelles visites est important ,ce qui suggère que le site ne fidélise pas assez les internautes. Ceci s'explique par une interaction relativement faible avec les visiteurs : pas de bulletin d'informations, newsletter, espace personnel ;
- la majorité des visites proviennent de France, des Etats-Unis et du Canada. L'apparition récente du Niger est essentiellement liée à l'échange de banner avec le site Infos-Niger.com ;
- les moteurs de recherche constituent la principale voie d'accès au site (Google en tête). Le site est également bien référencé sur les portails et annuaires web (40% des sources d'accès) ;
- les mots clefs ayant permis d'accéder au site se réfèrent essentiellement au mot clef « tourisme » associé au mot « niger ». Il s'agit également des mots clefs sur lesquels le site du MTA est le mieux référencé ;
- les informations de l'annuaire sont les plus consultées du site, en particulier les hôtels, les agences de voyages et les compagnies aériennes. Ceci suggère d'une part qu'il s'agit de l'information principale recherchée par les internautes mais également que le site n'est pas assez attractif dans la présentation de son offre touristique. Il est également à noter que ces pages, du fait de leur fréquentation, sont les mieux référencées dans les moteurs de recherche (le site du MTA arrive en tête des résultats sur le moteur de recherche google sur les mots clefs « hotels » + « niger »).

##### 7.4.1. Les outils d'e-communication

L'e-communication ne se résume pas au web, elle est multiforme et les supports de communication électroniques font partie intégrante de cette nouvelle forme de communication :

- brochures électroniques ;
- supports multimédia ;

Il est à noter que ni le MTA, ni le CNPT ne disposent de supports de communication électroniques et que ceci constitue un frein important dans le cadre de la mise en place d'une stratégie des TIC pour le Tourisme.

Le développement de ces supports s'avère un besoin crucial pour le MTA et le CNPT ; c'est une véritable nécessité.

#### 7.4.2. Observations générales sur les TICs/Tourisme.

Les TIC et le commerce électronique peuvent grandement aider les Organisations de Gestion des Destinations (OGD) et les prestataires touristiques des pays en développement, à promouvoir leurs produits et leurs services. Les TICs peuvent également aider les prestataires locaux à s'affranchir des distributeurs, permettant ainsi aux pays destinataires de récupérer une partie des flux et d'accroître leurs recettes en devises.

Le développement du tourisme électronique au Niger devrait être favorisé par la démocratisation de l'accès à Internet mais il existe de nombreux obstacles :

- l'accès insuffisant à Internet et aux TIC, en particulier dans les zones reculées ;
- le faible niveau de formation et l'insuffisance des ressources humaines ;
- l'absence de systèmes de paiement en ligne.

Les principales conclusions de l'analyse de l'introduction des TICs dans le tourisme nigérien peuvent être résumées ainsi :

- le MTA et le CNPT ont adopté depuis plusieurs années les TIC comme principal outil d'information et de communication ;
- le site du MTA est en constante évolution, intégrant au fur et à mesure de nouvelles fonctionnalités. La mise en ligne prochaine d'une nouvelle plateforme constitue un pas de plus vers un Système de Gestion des Destinations (SGD) qui demandera également une réorganisation complète de la communication au niveau du Tourisme ;
- le site du MTA répond globalement aux attentes des internautes mais souffre d'un manque de contenus (textes, images, vidéo, animation). Il bénéficie d'un référencement relativement bon dans les moteurs de recherche en particulier en ce qui concerne l'annuaire des OT nigériens ;
- le site du CNPT est essentiellement un site vitrine, ne bénéficiant que d'un positionnement relatif dans les moteurs de recherches ;
- en ce qui concerne le positionnement des sites sur les moteurs de recherche, ceux-ci se situent relativement bien par rapport à la « destination Niger » mais sont complètement absents au niveau de la « destination Afrique ». A noter également le positionnement relatif des sites par rapport aux marchés porteurs du tourisme en Afrique et au Niger ;
- l'offre touristique du Niger est relayée par quelques TO Nord et par de nombreuses agences de voyages locales. Elle est principalement axée sur le désert de l'Air / Ténéré (trekkings, méharées, circuits 4x4) et sur le parc W et le fleuve Niger (écotourisme, « croisière »). Le Niger souffre d'une importante concurrence des pays de la sous région sur certains de ses secteurs attractifs (Fleuve Niger : offre essentiellement axée sur le Mali) ;
- On notera également qu'aucune ville (en dehors d'Agadez : Agadez-niger.com) ne dispose de portail web ;
- en ce qui concerne les hôtels et restaurants, peu de sites web parviennent à être référencés dans les cinq premières pages de résultats des recherches. Le site du MTA joue à ce niveau un rôle crucial dans la présentation et la promotion de l'offre hôtelière et de restauration du pays. A noter également la présence du portail Infos-Niger.com qui offre un annuaire complet des hôtels, agences de voyages, restaurants ;
- de manière générale, la faible appropriation des TIC par les OT nigériens constitue un frein au développement des TIC dans le secteur du tourisme. En dehors de Niamey et Agadez, peu d'OT nigériens sont aguerris à ces nouvelles technologies et les utilisent dans le cadre de leur profession ;
- en ce qui concerne le MTA, l'informatisation des services reste partielle et de nombreux cadres sont demandeurs de formations plus poussées dans l'utilisation des TIC.

## 8. LA FORMATION TOURISTIQUE

Compte tenu, d'une part du rôle de levier socio-économique attendu et du tourisme, et d'autre part de la nécessité de professionnaliser le secteur pour avoir des impacts conformes aux finalités de développement durable, la formation fait partie des priorités du développement durable du tourisme.

La formation dont il s'agit ici, doit idéalement se faire à trois niveaux :

- la formation du personnel du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ;
- la formation du personnel des établissements de tourisme
- la formation des populations bénéficiaires des projets touristiques de développement communautaire.

A l'heure actuelle, il n'existe au Niger qu'un seul centre de formation touristique et hôtelière, l'Institut Universitaire de Technologie de Tahoua (IUT). La filière Tourisme Hôtellerie a été ouverte cette année. Mais d'une manière générale le personnel spécialisé dans les métiers du tourisme et de l'hôtellerie a été formé dans sa grande majorité, soit à l'étranger, soit sur le tas. plusieurs actions ponctuelles de formation continue ont été réalisées grâce à l'appui de pays amis ou de partenaires au développement, ou par le CNPT qui projette déjà la création d'un centre régional de formation aux métiers du tourisme et de l'hôtellerie.

### 8.1 AU NIVEAU DE L'ANT.

Une importante demande de formation en Tourisme/Hôtellerie s'est manifestée (Tableau 15). Elle exprime une prise de conscience par les agents d'un certain nombre de lacunes. En effet, la plupart d'entre eux n'ont jamais pu bénéficier de formation spécifique dans ce domaine. Ils ont dû se former sur le terrain. Maintenant que le développement touristique de la destination entend franchir un nouveau palier, ces demandes sont tout à fait justifiées.

Quant à la diversité des nouveaux profils souhaités figurant dans le tableau, elle traduit de façon concrète les carences techniques observées au niveau de chaque Direction. Loin d'être des vœux pieux, ces esquisses donnent en réalité une idée de ce qui reste nécessaire afin de donner plus d'efficacité aux actions entreprises.

Même si pour le moment, et ce pour différentes raisons, rien ne bouge vraiment en matière de formation au sein de l'ANT, un début d'initiative a abouti à l'élaboration du plan de formation 2007/2011 (voir Tableau 16). Faute de financement, sa mise en œuvre se fait toujours attendre. Ces tentatives de structuration de l'offre ont le mérite d'exister, même si objectivement, elles ont des portées assez limitées par rapport à l'ampleur des besoins. Mais encore faut-il les concrétiser, car les agents concernés attendent toujours leur mobilisation.

**Tableau 15 : Besoins en formation et en renforcement des capacités de directions de l'ANT**

DIRECTIONS et/ou SERVICES	Besoins de formation exprimés	Nouveaux profils souhaités
DAIT	Tourisme/Hôtellerie	Planificateur / Manager de projets / Economiste / Environnementaliste
DL	Contrats/Conventions	Juriste
DMC	Marketing touristique NTIC	Documentaliste
DAAF		Ressources Humaines
DPCT	Tourisme/Hôtellerie	Manager de projets
DEP	Planification Socio Economie	Juriste / Economiste Gestionnaire / Analyste financier / Planificateur / Socio économiste
DS	Tourisme/Hôtellerie Compte satellite	
DPA		Planificateur / Informaticien
Service Inspection des établissements	Métiers de l'inspection Management	

Source : MTA

**Tableau 16 : Plan de formation 2007-2011 du MTA/DEP**

Directions	Diplôme actuel	Durée formation	Source de financement	Sanction des études	Lieu de formation	Période	Effectif
DAIT	BTS Tourisme	3 ans	A rechercher	DESS Tourisme	Niamey	2007-2010	
	Maîtrise Gestion Hôtellerie	2 ans	Bourse de coopération tunisienne	DESS Tourisme	Tunisie	2007-2009	
	Chef de Division administratif	4 ans	A rechercher	Directeur administratif	Ouaga ou Paris	2007-2011	
DMC	DUT Marketing	2 ans	Bourse de coopération tunisienne	DESS Marketing	Tunisie	2007-2009	
DAAF	Diplôme ENA Moyen	4 ans	Concours professionnel	Diplôme ENA Sup	Niamey	2007-2011	
CNPT	BTS Hôtellerie	2 ans	Coopération Tunisienne	DESS Tourisme	Tunisie	2007-2009	

Source : MTA

**8.2. AU NIVEAU DU PERSONNEL DES ÉTABLISSEMENTS TOURISTIQUES ;**

Le secteur du tourisme souffre d'un manque de qualification à tous les niveaux et dans tous les types d'activité, la professionnalisation concerne l'ensemble du personnel hôtelier et touristique (le personnel de Direction, le personnel de maîtrise, le personnel d'exécution dans les différents types d'établissements et de métiers). Le tableau 17 regroupe les besoins de formation par filière, exprimés les plus courants.

L'offre de formation (tableau 18) dépend plus que jamais de l'effectivité des financements. Mais compte tenu des incertitudes liées à la disponibilité des ressources, aucune programmation planifiée à l'avance n'est possible. On reste toujours dans le domaine d'initiatives très ponctuelles, presque aléatoires pour ne pas dire hypothétiques.

Aussi pour les ONG, trouver un bailleur de fonds pour financer les projets constitue-t-il le plus souvent un véritable parcours du combattant. Et quand la démarche aboutit, elle peut déboucher sur des résultats encourageants, comme ce fut le cas en 2004 avec le programme ECOPAS (Union Européenne). En effet, ce programme a permis la mise en place de deux campements dans la périphérie du parc W et a donné l'occasion de former les villageois à l'accueil, à la restauration et à l'hébergement.

Toutefois, la plupart du temps, à chaque fin de projet, la problématique de la pérennisation des actions demeure entière. Dans ces conditions, et malgré une volonté de capitalisation des bénéficiaires, le challenge de développement durable est loin d'être gagné !

**Tableau 17 : Besoins de formation par filières pour les établissements touristiques**

Filières	Types de formation recensés
Hôtels petites unités d'hébergement	Pour les dirigeants : (encadreurs et gérants) Management d'un établissement / respect des normes Pour le personnel : Réception/activités d'étage/services/hygiène / langues étrangères / animation
Restaurants	Pour les dirigeants : Management d'un établissement / respect des normes Pour le personnel : Réception / cuisine / services / langues étrangères / normes et hygiène
Guides nationaux et locaux	Langues étrangères/connaissance des produits/biodiversité/déontologie du métier / accueil et gestion du client
Agences de voyages et de tourisme	Montage de produits/Promotion/Réception / Réservation et ticketing avec un Global Distribution System : Amadeus... / e-marketing / langues étrangères
Espaces de loisirs	Management d'un établissement/Scénographie/Animation/langues étrangères
Sociétés de transport touristique routier	Respect des normes / accueil et gestion des clients / déontologie du métier / maintenance de la flotte / langues étrangères
Activités de transport fluvial	Respect des normes / accueil et gestion des clients / déontologie du métier / maintenance de la flotte / langues étrangères

Source : MTA et entretiens réalisés au cours de la mission (mai 2009).

Tableau 18 : Quelques initiatives marquantes concernant l'offre

Filières / activités concernées	Types et Contenus de formation et actions réalisés	Prestataires impliqués
Hôtels / Hébergement / Restaurants	<p>Actions menées au sein de l'hôtel GAWEYE</p> <p>En 1981 :</p> <p>Envoi de 30 nigériens à Tarbes pour 1 année de formation + stage pratique dans des établissements Sofitel en Afrique.</p> <p>Actuellement :</p> <p>Existence d'un plan de formation interne</p> <p>Pour recueillir les besoins : fiche individuelle d'évaluation. Indicateurs en fonction des tâches : tâches maîtrisées ou tâches non maîtrisées.</p> <p>Formation interne assurée par les cadres maison (formation continue + formation des nouvelles recrues) + échanges avec d'autres hôtels dans la Sous Région (Burkina, Mali).</p>	<p>Offre de formation de l'hôtel GAWEYE</p> <p>Actuellement, 5 cadres chevronnés de l'hôtel GaweYE (2 maîtres d'hôtel, le Directeur de restaurant, le Directeur marketing, le responsable étage) assurent la formation dans tout le Niger</p>
	<p>Modules de perfectionnement :</p> <p>Techniques et préparation de base</p> <p>Service bar restaurant</p> <p>Cuisine</p>	<p>CNPT</p> <p>Contribution du Projet NIGETECH II</p> <p>Projet FED N°8-ACP-NIR-011/ Exécution BIT</p>
Hôtels Agences de voyages	<p>Modules transversaux pouvant être utilisés pour le Tourisme/hôtellerie :</p> <p>Economie du tourisme ; Marketing</p> <p>Accueil, téléphone ; Gestion ; Communication</p>	<p>Cabinets privés et Ecoles de gestion :</p> <p>GIMPEX / CSM / CAMPC Centre Africain de Management et de Perfectionnement des Cadres / Ecole Management for Entreprise Consult</p>
Guides nationaux et locaux Environ 260 guides officiels recensés regroupés au sein d'une douzaine d'associations dont 23 guides nationaux et le reste des guides locaux.	<p>Exemple d'initiative menée par l'association des guides de la Tapoa :</p> <p>25 membres dont 6 guides nationaux, 6 guides régionaux et 13 pisteurs</p> <p>Formations en faune, flore et avifaune dispensées par l'administration du parc</p> <p>Formation en accueil et prise en main du client assurée par POINT AFRIQUE</p>	

Source : Entretiens réalisés au cours de la mission (mai 2009)

Dans un souci d'inculquer une culture touristique aux salariés, les modules de perfectionnement pilotés par le CNPT doivent ratisser large. En effet, le contenu des programmes va bien au-delà des domaines ou spécialités mentionnés. Aussi chaque module démarre-t-il avec des thèmes transversaux : le tourisme, le touriste, rappel d'hygiène.

### 8.3 LES BÉNÉFICIAIRES DE PROJETS DE DÉVELOPPEMENT :

Depuis le Sommet Mondial sur le Développement Durable, le tourisme figure comme une composante essentielle du document de stratégie de réduction de la pauvreté de la plupart des pays africains. C'est dans cette optique que l'accent doit être mis sur la formation des populations intervenant dans le secteur du tourisme à travers des projets communautaires, afin qu'elles puissent entreprendre des activités génératrices de revenus.

D'une manière générale, la conservation de l'environnement, l'artisanat (la poterie, la teinture et la sculpture) et l'entretien des pistes rurales sont les domaines les plus souvent concernés par les interventions des ONG. Quant aux besoins de formation, le tableau 19 fait état des demandes génériques.

Tableau 19 : Besoins des populations bénéficiaires de projets de développement

Acteurs	Besoins de formation
Population	<p>Préservation / conservation de la biodiversité</p> <p>Culture ; Petite hôtellerie (cuisine, accueil, restauration, hébergement) pour accompagner les projets de valorisation touristique ; Artisanat</p>
Les ONGs	<p>Biodiversité ; Appui aux initiatives locales ; Informatique Gestion/entrepreneuriat ; Ingénierie touristique ; Concept tourisme et ses déclinaisons (Eco tourisme, tourisme durable, tourisme culturel)</p>

La concrétisation des besoins de formation exprimés à tous les niveaux pourrait se faire à travers une structuration de l'offre via la mobilisation et la contribution de plusieurs prestataires potentiels. En plus du projet du CNPT, on peut citer :

- le Ministère de la Formation Professionnelle et Technique qui attend d'être sollicité officiellement par le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat afin d'étudier la possibilité d'intégrer la filière Tourisme/Hôtellerie dans son offre de formation à travers les lycées professionnels et les centres d'apprentissage existant dans le pays ;
- le Ministère des Enseignements Secondaire et Supérieur, de la Recherche et de la Technologie qui propose à l'IUT de Tahoua un DUT Tourisme/Hôtellerie dont les finalités sont : de préparer des gestionnaires en Hôtellerie et restauration, de former des cadres de conception de produits, et de former des gestionnaires d'agences de voyages. La formation a démarré pour la rentrée 2009 – 2010 ;
- la Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat du Niger (CCIAN), principale structure d'encadrement et d'appui au secteur privé s'est dotée de structures de formation en vue de renforcer les compétences des opérateurs économiques. Il s'agit des Centres de formation aux métiers selon le système DUAL : menuiserie, gestion, mécanicien, artisanat, ... Pour le moment, les hôteliers n'ont pas exprimé leurs besoins de formation initiale ou de recyclage. Alors que la CCIAN serait prête à s'ouvrir aux nouveaux métiers ;
- les initiatives privées quant à elles ne demandent qu'à éclore et à se développer pour peu que la situation du pays donne aux investisseurs potentiels une bonne visibilité des opportunités d'affaires.

La dernière remarque concerne un volet essentiel, à savoir la formation des formateurs. En effet, la consolidation menant à une pérennisation des actions passe inévitablement par la prise en compte de ce volet. Il est clair que la transmission pour ne pas dire le transfert de compétences se réalise à travers une chaîne de valeur. La solidité, la fiabilité des résultats dépendent de la qualité de chaque maillon de la chaîne. Un partenariat avec un organisme ou un centre étranger capitalisant une expérience reconnue pourra être envisagé afin de gagner du temps.

## **9. AUTRES INTERVENTIONS**

### **9.1 LE SECTEUR BANCAIRE**

Les hôteliers et les agents de voyages se plaignent du coût du crédit bancaire, qu'ils jugent exorbitant, du crédit bancaire. Les prêts sont difficilement accordés par les banques, dont aucune n'est spécialisée dans le crédit au secteur touristique ou hôtelier. Lorsqu'ils le sont, les conditions de leur octroi sont très défavorables aux emprunteurs : durée du prêt limitée, taux d'intérêt de 12 à 17%. Cette situation apparaît comme particulièrement dommageable tant pour les hôtels et agences de voyages créés que les nouvelles unités touristiques qui devraient voir le jour pour assurer la diversification de l'offre touristique.

Le système bancaire est faiblement développé. Les opérations de change sont, par exemple, relativement difficiles pour les touristes. Il n'y a pas de distributeurs de billets pour les détenteurs de cartes bancaires étrangères. Les paiements par carte de crédit sont très rarement acceptés même avec prélèvement d'une importante commission.

Cette situation a pour effet de freiner considérablement les dépenses des touristes, notamment pour les achats de souvenirs et de produits artisanaux.

### **9.2 LA FISCALITÉ DU TOURISME.**

La fiscalité non adoptée et sa multiplicité posent d'énormes problèmes aux promoteurs et rendent non concurrentiels les produits touristiques. Les principales taxes sont : la TVA (à 19%) et la taxe sur les nuitées de 500 F CFA en moyen par nuit, l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux (45%), la patente, la taxe sur certains frais généraux, la taxe d'apprentissage (2%), l'impôt du minimum forfaitaire (IMF = 1%), l'impôt sur les revenus des valeurs mobilières, la contribution foncière sur les propriétés bâties (30%). Nombre d'hôtels trouvent que les vérifications fiscales tous les deux ans et quatre ans par l'administration prennent beaucoup de temps et gênent le fonctionnement de leur établissement et beaucoup se plaignent des « versements non officiels » qu'ils doivent faire.

En outre, il n'y a pas d'actions spécifiques de promotion des investissements touristiques au Niger.

### 9.3 LES FACILITATIONS ET LA SÉCURITÉ.

Les étrangers non africains peuvent entrer au Niger après obtention d'un visa auprès des services consulaires nigériens dont dépend leur lieu de résidence. Ceci représente un frein important pour l'arrivée au Niger des touristes européens qui ont, par ailleurs, la possibilité d'entrer sans visa dans plusieurs pays qui constituent des destinations concurrentes (Sénégal, Tunisie, Maroc, Caraïbes, etc.). Même le visa provisoire d'entrée dans le pays ne peut être obtenu à l'aéroport et aux autres postes frontières.

Les facilitations à l'entrée par l'aéroport de Niamey et Agadez (police, santé, douanes, etc.) ne sont pas de très bonne qualité, beaucoup plus à cause de la précarité et de la vétusté des installations de l'aéroport que du comportement des agents des services concernés. Dans l'ensemble, la situation pourrait être facilement améliorée grâce, d'une part à la rénovation des installations de l'aéroport et d'autre part à des actions de sensibilisation du personnel appartenant aux différents services. Ces actions porteraient notamment sur les comportements et les attitudes à adopter vis-à-vis des touristes étrangers.

Contrairement à la plupart des pays accueillant des touristes étrangers, il n'existe pas au Niger de service spécialisé dans la police touristique, dont la vocation porte sur le règlement des litiges survenant entre les touristes et les nationaux avec lesquels ils ont à faire (commerçants, personnel des services aux touristes, chasses touristes, automobilistes, pratique illégale de la profession etc.).

Sur ces différents aspects, la situation actuelle devra être sensiblement améliorée pour que l'activité touristique du Niger puisse s'accroître rapidement.

### 9.4. LES COMMUNES, LES ASSOCIATIONS LOCALES ET LES O.N.G.

Des entités autres que les Pouvoirs publics ont une influence directe ou indirecte sur le développement touristique. On peut notamment citer les municipalités, les communes et les associations de toute nature, ainsi que les organisations non gouvernementales (O.N.G.).

#### 9.4.1. Les communes.

Fondamentalement, les municipalités voient d'abord dans l'activité touristique un moyen d'accroître les ressources du budget communal.

Les communes des villes à vocation touristique ne sont pas, dans l'ensemble, conscientes du rôle qu'elles devraient jouer pour améliorer le contexte urbain (ramassage des ordures, assainissement, décor urbain, réglementation et contrôle des constructions nouvelles, etc.) ou pourraient jouer pour aménager et valoriser les sites touristiques de la ville. Rares sont les communes qui disposent d'une stratégie touristique et de plans de développement communal. Elles ne participent pas non plus à l'information des touristes. Le MT/A ne devrait-il pas disposer d'un projet de statuts de Syndicat d'Initiatives ? Ces entités pourraient réunir la collectivité locale avec des représentants des directions régionales du tourisme, de la culture et/ou de l'environnement, ainsi que des représentants de l'ensemble des acteurs privés concernés (agents de voyages, hôteliers, restaurateurs, guides, transporteurs, pinassiers, artisans, commerçants, chasseurs, etc.). Elles pourraient avoir pour rôle principal de promouvoir le tourisme dans la localité. Elles existent en nombre insuffisant, en partie à cause du manque de motivation et de moyens des communes concernées.

En revanche, de nombreuses communautés villageoises, tout particulièrement dans la vallée du fleuve et les oasis, sont fortement intéressées par l'activité touristique dans leur village et s'efforcent de trouver des financements pour réaliser des projets de développement.

Il semble important que le MTA sensibilise le plus rapidement possible les élus des principales localités concernées par l'activité touristique pour qu'ils s'impliquent davantage dans la mise en œuvre des actions de développement d'une part et coordonnent les initiatives locales existantes d'autre part.

#### 9.4.2. Les associations locales et les O.N.G.

Il existe depuis deux ou trois ans une floraison d'initiatives visant à développer le tourisme sous toutes ses formes. Ces initiatives sont en général individuelles mais prennent assez souvent une forme associative. Le dynamisme de leurs promoteurs conduit souvent à des réalisations. Cela est notamment le cas lorsque ce dynamisme est relayé par les attentes de projets internationaux ou par des organisations non gouvernementales (O.N.G.) intervenant sur des projets de développement local.

Citons, entre autres, le consortium des ONG et associations intervenant dans le développement durable du secteur de l'environnement et du tourisme (COAIDET) ; il s'agit des 10 ONG et de l'association citées ci-après :

- ONG BAIL (Biodiversité et Appui aux initiatives Locales) ;
- ONG COGEZOH (Contribution à la Gestion des Zones Humides) ;
- ONG. AHILA (Amis des hippopotames et des lamantins) ;
- ONG FF Aquatique (Faune, Flore, Aquatique) ;
- ONG CSF (Culture Sans Frontière) ;
- ONG OSE-IL-ED (Organisation de Soutien à l'Emergence des Initiatives Locales en matière de l'environnement et du Développement durable) ; ONG ANN ; ONG TANAKRA ;
- Ass ASGN (Association pour la Sauvegarde de la Girafe du Niger).

C'est manifestement au MTA qu'il revient de jouer ce rôle, important pour la diversification des activités touristiques au Niger et leur appropriation par le plus grand nombre de ses populations. Il n'est pas actuellement en mesure de le faire. Il est hautement prioritaire et urgent de le renforcer pour qu'il soit en mesure de jouer ce leadership.



## 10. LES ELEMENTS DE DIAGNOSTIC

L'analyse effectuée permet de classer les principaux éléments du diagnostic en éléments positifs (forces et opportunités) et en éléments négatifs (faiblesses et menaces). Les premiers constituent les **atouts** que possède le Niger pour développer l'activité touristique, alors que les seconds peuvent être considérés comme des **contraintes** qu'il convient de lever pour faciliter la mise en œuvre de la Stratégie de Développement Durable du Tourisme. Cette classification est purement subjective, certains éléments pouvant être à la fois positifs et négatifs, en fonction du point de vue suivant lequel on les considère.

Pour chacune de ces catégories, trois groupes ont été constitués, suivant des critères plus ou moins arbitraires, en fonction de l'importance qu'ils semblent présenter pour la mise en œuvre d'une stratégie de développement durable du tourisme à court, moyen et long termes.

### 10.1. LES ELEMENTS POSITIFS

#### 10.1.1 Les éléments déterminants

Ils portent essentiellement sur la nature et la valeur des potentialités touristiques du pays. Mais en amont, et pour toute politique de développement du tourisme dans un pays, les premiers éléments déterminants sont la volonté politique, la paix, la sécurité, la stabilité politique qui, en 2002, ont suscitées au Niger le retour des partenaires au développement et des investissements dans tous les domaines, y compris celui du tourisme.

- a) Avec le Parc Régional W, le Niger possède une attraction touristique de première grandeur au plan mondial, qui est très loin d'être développée au niveau de ses potentialités. Cette attraction, qui présente un intérêt à la fois culturelle et naturelle, est susceptible d'attirer des clientèles très diversifiées.
- b) En outre, le Niger possède de nombreuses potentialités complémentaires de la précédente qui lui permettent de viser un développement à moyen et long terme très diversifié et que l'on peut classer de la façon suivante :
  - les potentialités fortes directement complémentaires (l'axe du fleuve de Niamey à Ayorou) ;
  - les potentialités fortes et de nature différente (les grands Déserts du Ténéré et de l'Air, les déserts de Termit et du Tal) ;
  - les potentialités diffuses (les parcs nationaux et les réserves de biosphère, les sites naturels et/ou préhistoriques, etc.) ;
  - les centres et villages artisanaux.

#### 10.1.2. Les éléments majeurs

Ils concernent surtout les caractéristiques de la population nigérienne en général et celles des opérateurs privés en particulier.

- a) Les populations, aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain, ont un sens très développé de l'accueil de l'étranger et une très grande ouverture vers l'autre. Ces caractéristiques facilitent les contacts pour les touristes et leur rendent le séjour beaucoup plus vivant et attractif.
- b) Depuis que l'activité touristique a commencé au Niger, quelques opérateurs (notamment les responsables des agences de voyages et les guides) ont acquis une certaine expérience des réalités du tourisme international et sont conscients de la nécessité de la formation.

#### 10.1.3. Les autres éléments

De nombreux autres éléments peuvent être considérés comme positifs pour le développement futur du tourisme nigérien.

- a) Le Niger dispose d'un Ministère à part entière avec une structure (CNPT) qui peut permettre, pour peu que l'organisation s'y prête, des contacts entre les collaborateurs fiers de travailler pour leur pays, plus de réactivité et de synergie pour l'éclosion de l'expérience capitalisée et la connaissance des produits de la destination.

- b) Il existe une classe d'hommes d'affaires susceptibles de devenir des promoteurs de projets dans les domaines du tourisme et de l'hôtellerie, à la condition d'une rentabilité économique suffisante à court terme.
- c) Il existe depuis quelques années un intérêt assez largement répandu pour le tourisme en tant que moyen de développement économique, ce qui suscite un grand nombre d'initiatives dispersées de nature villageoise, associative ou privée.
- d) Des efforts importants ont été consentis par les Pouvoirs publics depuis plusieurs années en vue de la création des infrastructures de base nécessaires au développement touristique : téléphone, axes routiers principaux (au moins dans le centre et l'est du pays), aéroports, introduction des NTICS avec deux sites en évolution (Ministère et CNPT) .. etc..
- e) Le Niger bénéficie d'un climat chaud mais très supportable pendant la saison sèche, de novembre à avril, qui rend le séjour agréable pour les habitants des pays européens qui recherchent le soleil avec avidité pendant cette période.

## 10.2. LES ELEMENTS NEGATIFS

### 10.2.1. Les éléments déterminants

Les éléments négatifs les plus déterminants comme freins au développement touristique du Niger semblent être les suivants.

- a) Le problème central est l'importance de l'économie informelle dans le tourisme qui crée des obstacles à la croissance à tous les niveaux ;
- b) Le niveau des qualifications et de l'expérience professionnelle est très faible, en particulier pour :
  - l'encadrement administratif ;
  - la gestion des établissements d'hébergement ;
  - la distribution ;
  - la qualité des services et des prestations fournies ;
  - le guidage ;
  - les communautés locales.
- c) Le rapport qualité-prix des produits touristiques nigériens est peu compétitif par rapport à leurs concurrents directs pour diverses raisons : la faible qualité des prestations proposées, coûts des transports, inadéquation de la demande et moyens mis à la disposition de la relance du tourisme.

### 10.2.2. Les éléments majeurs

Les éléments négatifs majeurs portent essentiellement sur l'insuffisance de l'action des Pouvoirs publics en matière d'impulsion et d'appui au développement touristique.

- a) Les institutions publiques chargées, directement ou indirectement, du développement touristique du pays ont été, jusqu'à présent, incapables de définir et surtout de mettre en œuvre une politique cohérente susceptible de résoudre les problèmes de fond qui se posent (réglementation, formation, protection et mise en valeur des sites, etc.).
- b) Les investissements publics consacrés directement au développement du tourisme au sens large sont largement insuffisants pour donner au secteur l'impulsion nécessaire pour assurer son démarrage.
- c) La non opérationnalité des structures de coordination des décisions qui concernent directement ou indirectement le développement touristique.
- d) Les procédures existantes pour assurer la concertation des décisions entre le secteur public et les opérateurs privés ne fonctionnent pas correctement.

### 10.2.3. Les autres éléments

La situation actuelle du Niger dans le secteur touristique et hôtelier est également caractérisée par de nombreux autres éléments négatifs qui apparaissent, dans des domaines très variés, comme autant de contraintes pour le développement touristique futur.

- a) L'offre potentielle existante est mal mise en valeur, aussi bien en matière de valorisation des sites historiques ou naturels qu'en matière d'environnement (ordures, assainissement, signalisation, etc.).
- b) En dehors de Niamey, les établissements d'hébergement de standing moyen sont quantitativement et qualitativement insuffisants dans quelques villes touristiques et totalement inexistantes ailleurs.
- c) Les promoteurs hôteliers ont plus une mentalité d'investisseurs que de chefs d'entreprise et, de plus, le nombre de personnes formées ou ayant une expérience en matière de gestion des établissements d'hébergement est négligeable.
- d) L'encadrement administratif de l'activité touristique et de son développement est déficient, principalement pour les aspects suivants :
  - élaboration des statistiques du tourisme ;
  - aménagement et valorisation des sites touristiques ;
  - réglementation des professions hôtelières et touristiques, notamment la profession de guide touristique ;
  - planification et prévisions à long terme, en particulier pour l'évaluation des besoins en formation.
- e) L'ANT ne s'est pas encore dotée d'une véritable stratégie de développement touristique visant, d'une part à atteindre des objectifs quantitatifs et qualitatifs pertinents, en termes de produits et de marchés et, d'autre part à résorber les principaux goulots d'étranglement.
- f) Les efforts en matière de promotion, louables eu égard aux moyens financiers négligeables, ne sont pas suffisamment orientés vers les cibles de clientèles prioritaires et, en l'absence d'un plan marketing, ne sont pas très efficaces.
- g) Les équipements urbains (eau, électricité, etc.) dans les principales villes touristiques sont très limités, tandis que la propreté des villes laisse beaucoup à désirer et l'information des touristes n'est pas facilement disponible.
- h) Les liaisons aériennes entre le Niger et les pays émetteurs de touristes, principalement européens, sont très insuffisantes et les tarifs du transport aérien sont très élevés, du fait de la situation de monopole de quelques compagnies et des coûts annexes (kérosène, aéroport, taxes, etc.), malgré la possibilité d'organiser des vols à la demande sur les trois principaux aéroports.
- i) Les conditions d'obtention de prêts bancaires par les promoteurs potentiels (durée des prêts, taux d'intérêt, période de grâce, etc.) sont très défavorables à l'investissement dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie.
- j) Les facilitations avant le départ (obtention des visas) et à l'arrivée au Niger (formalités de douane et de police) sont peu favorables et devraient faire l'objet d'une réflexion d'ensemble, associant tous les services concernés.
- k) Les opérateurs privés et les groupements qui les représentent ont acquis, devant les carences de l'Etat qu'ils dénoncent en ce qui concerne la lutte contre la concurrence déloyale du secteur informel, des facilitations d'accueil, de la réduction du poids de la fiscalité, de l'accès aux crédits, de l'incitation à l'investissement touristique, de l'insuffisance des moyens de promotion institutionnelle, un état d'esprit très revendicatif qui ne facilite pas un dialogue constructif.

- l) Les populations en contact avec des touristes provenant des pays développés ont adopté, dans de nombreux cas, un comportement de quémendeur susceptible d'irriter fortement les touristes et surtout d'influencer négativement l'attitude de l'ensemble de la population nigérienne par rapport à l'argent et par rapport au travail.

### **10.3. ANALYSE SWOT (FORCES, FAIBLESSE, OPPORTUNITE, MENACES) :**

#### **10.3.1 Forces :**

- population accueillante et ouverture des collectivités territoriales au tourisme ;
- originalité des produits, très variés, proximité du parc régional de la capitale Niamey, destination prisée aux caractéristiques uniques ; richesses culturelles et naturelles : désert, écotourisme, grandes faunes (éléphants, buffles, hippopotames), existence des espèces rares (Lycaon, guépards, lamantin), existence des espèces sahariennes (Addax, mouflon à machette, guépards du Sahara), dinosaures, oiseaux, géologie, etc. plusieurs ethnies, Fêtes, festivals et traditions populaires comme les courses de chameaux, artisanat, art culinaire ;
- la position géographique du pays proche des marchés émetteurs européens ;
- choix du e-marketing pour la promotion, disposition de deux sites ;
- volonté politique de développer un tourisme innovateur, responsable et solidaire ;
- existence de structures administratives (Ministère à part entière, CNPT) et d'organisations professionnelles.

#### **10.3.2 Faiblesses :**

- absence de cadre d'orientation de développement du secteur du tourisme ;
- insuffisance des ressources humaines, matérielles et financières ; communications difficiles ; interférence et enchevêtrement des tâches dans l'exercice des attributions des directions ;
- absence de vision claire et navigation à vue, due aux manques de données statistiques fiables du tourisme ;
- faiblesse des infrastructures NTIC ;
- insuffisance des infrastructures d'accueil ;
- insécurité récurrente ;
- absence d'incitations spéciales au tourisme (investissement, financement, système bancaire perçu comme défaillant) ;
- poids de la fiscalité et des charges énergétiques ;
- absence de cadre de concertation entre les intervenants ;
- saisonnalité de l'activité touristique ;
- insuffisance de synergie interne et interministérielle ;
- forte concurrence déloyale dans le secteur du tourisme ;
- inexistence d'un plan de formation cadre ;
- peu de promotion sur les traditions et coutumes, fêtes rurales et festivals.

#### **10.3.3 Opportunités :**

- potentiel d'exploitation de la diversité de l'offre et des richesses des ressources naturelles et culturelles ;
- prise de conscience de l'intérêt du tourisme : implantation d'agences de voyages et de professionnels hôteliers, développement de différentes formes de tourisme (congrès, affaires, religieux, développement de sites pilotes de tourisme solidaire et écotourisme, produits régionaux grâce aux bonnes relations avec les voisins et au développement de l'intégration touristique régionale (espaces Entente, UEMOA et CEDEAO) ;

- existence de stratégies de développement : SDR, politique d'orientation en matière d'aménagement touristique, prise de compte du tourisme dans les schémas d'aménagement communal et régional ;
- programmes de développement durable du tourisme : mise en œuvre de la stratégie de développement durable du tourisme ; études d'impacts environnementaux, réglementation protégeant le patrimoine culturel contre le pillage ; grands projets structurants dont le barrage de Kandaji , amélioration du réseau routier et aménagement des pistes rurales menant aux sites éloignés et enclavés ; désensablement du Fleuve Niger (ABN) ;
- projet de création de centres de formation professionnelle par le CNPT et manifestation d'intérêt pour la formation en hôtellerie et tourisme à tous les niveaux ;
- élargissement des dessertes aériennes intérieures et internationales ;
- développement de moyens de promotion et de commercialisation des produits touristiques au moyen des NTCI ;
- implication plus marquée des bailleurs de fonds et des ONG dans le développement du tourisme durable local.

#### 10.3.4 Menaces :

- instabilité socio-économique ;
- concurrence déloyale du secteur informel qui continue à se développer faute de contrôle (hébergement, location véhicules, guides) ;
- insuffisance des dessertes dans le pays: offre aérienne insuffisante et chère ,accès difficile aux sites ;
- problème d'accessibilité (infrastructures routières insuffisantes, dégradées et mal entretenues) ;
- Insuffisance de la coordination des actions entre les différents partenaires externes, peu de synergie interministérielle et difficile implication des privés ;
- Baisse de la qualité des prestations dans les structures de la vallée du Fleuve ;
- insuffisance de partenaires d'appui ;
- manque de ressources financières pour un développement global et durable du tourisme ;
- baisse des investissements IDE ;
- baisse de l'aide publique au développement ;
- risque de dégradation des ressources naturelles et culturelles : Problèmes des mines (coûts élevés et lenteur de toute opération de déminage , radio- activité des sites miniers) ; Projet de goudron (axe sud libyen-Agadez )et (Say-Tapoa ) ; Accélération du changement climatique ; Ensablement du Fleuve Niger ; Dépendance énergétique du Nigéria . Pillage des sites ; Chasse touristes ; Braconnage ;
- conflits d'utilisation des sols entre pasteurs et agriculteurs qui peuvent réduire la portée symbolique des fêtes et festivals.

#### 10.4 BILAN D'ENSEMBLE

La conclusion qu'il est possible de tirer à la lecture de la liste des éléments positifs du diagnostic et de celle des éléments négatifs peut se résumer de la façon suivante :

- les **atouts** (éléments positifs du diagnostic) en vue du développement de l'activité touristique au Niger sont en majorité d'ordre général et surtout liés aux potentialités et au contexte politique et professionnel existants ;
- les **freins** (éléments négatifs du diagnostic) au développement touristique sont fortement liés au mode de fonctionnement et surtout à la gouvernance et l'inefficacité des structures de l'Administration nationale du Tourisme. Cette dernière manque plus de moyens que de compétences et de savoir faire.

Il en résulte que le renforcement de l'ANT dans ses principaux domaines d'intervention (statistiques, études et planification , réglementation et contrôle des professions, aménagement des sites touristiques, formation, promotion, etc.) constitue une **condition nécessaire** à réunir absolument si l'on veut mettre en œuvre ,avec des chances raisonnables de succès, une véritable stratégie globale à moyen et à long terme de développement durable du tourisme nigérien. La mise

en œuvre de ce renforcement, dans la mesure où il constitue un préalable au succès d'un certain nombre d'aspects fondamentaux de la future stratégie, apparaît comme particulièrement **fondamentale et urgente**.

La carence de l'ANT est d'autant plus grave qu'il n'existe pas, au-delà des intentions proclamées, de véritable volonté, se traduisant dans les faits, dans une véritable politique d'encouragement par les Pouvoirs Publics du développement touristique. Les actions entreprises par certains ministères (Culture, Environnement, Transports, Equipement, Enseignement supérieur, Sécurité , etc.) et susceptibles d'avoir un effet sur l'activité touristique sont le plus souvent décidées sans véritable **coordination**.

De même, il n'existe pas, malgré les multiples réunions et rencontres , de réelle **concertation** entre l'Administration Nationale du Tourisme et les opérateurs privés ou leurs représentants. Cette situation, qui s'est prolongée pendant longtemps, a entraîné un manque de confiance réciproque entre les acteurs privés qui attendent des actions concrètes et publics qui manquent de moyens de développement touristique.

Or, ce développement ne peut être effectif que si les deux secteurs se mettent d'accord sur des objectifs communs et interviennent, chacun pour ce qui le concerne, en complémentarité et en synergie.

Cette phase de diagnostic a permis de dresser un tableau de l'état des lieux du tourisme nigérien et d' en analyser les composantes en relevant les points forts à consolider, les faiblesses à solutionner, les opportunités à saisir et les menaces contre lesquelles, il faut se préserver. L'identification des objectifs , les orientations stratégiques et la proposition du programme d'actions prioritaires découlent naturellement de ces analyses. Ce travail fera l'objet des onzième et douzième parties de ce rapport.

## 11. LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

Avant de présenter les objectifs de développement durable du tourisme nigérien, il convient d'une part de rappeler certains préalables à prendre en considération pour assurer un développement harmonieux et respectueux des valeurs de la société nigérienne mais aussi de présenter le fer de lance de l'activité touristique existante et potentielle à savoir les produits et les marchés. C'est alors qu'il sera aisé en s'appuyant sur les conclusions du diagnostic établi de préciser les enjeux, attentes et objectifs de la stratégie.

### 11.1 CONDITIONS PREALABLES.

L'objectif fondamental de la SNDDT consiste à rétablir les équilibres politiques et socio-économiques en vue de la relance de l'activité touristique dans ses différentes facettes sur toute l'étendue du territoire nigérien. C'est là un préalable et une base pour assurer au pays sa véritable vocation tirant profit de ses fortes potentialités, de ses richesses naturelles, de ses diversités culturelles et de ses infrastructures rénovées et remises au niveau des normes internationales.

L'industrie touristique qui de toute évidence figure parmi les secteurs porteurs pour le développement économique et social nigérien s'impose par ses caractéristiques propres et ses résultats au niveau mondial à tout « Policy maker » et décideur. Elle n'est pas et ne sera pas en marge de l'effort de reconstruction pour diverses raisons. C'est un secteur économique de premier plan dans le monde pour sa capacité de dynamiser les échanges commerciaux, de créer des revenus, d'offrir des emplois et d'atténuer la pauvreté en désenclavant les régions en retard de développement. Pour un grand nombre de pays en développement, le tourisme est d'ores et déjà un secteur important ou susceptible de le devenir compte tenu de leurs potentialités. L'analyse de l'évolution mondiale du tourisme ces dernières décennies, démontre clairement que ce secteur a une capacité de résistance et de dépassement des crises et des perturbations tant endogènes qu'exogènes largement supérieure à toute autre activité marchande. En plus, le tourisme est éligible à jouer un rôle de relance de l'assistance technique, de drainage de l'aide et de l'investissement privé étranger vers le Niger en provenance des institutions internationales et des pays frères. La politique de reconstruction économique envisagée par le gouvernement nigérien doit être en phase avec les mises à niveau exigées par la nouvelle économie mondialisée qui augurent de la détérioration encore plus importante des prix mondiaux des matières premières contraignant les pays en développement à opter pour l'encouragement des investissements dans les activités qui leur assurent dans les échanges un avantage comparatif certain dont le tourisme.

Ce sont ces considérations qui font que le tourisme jouira d'une place de choix au même titre que la modernisation de l'agriculture, l'industrialisation, la lutte contre la pauvreté, l'exclusion et d'autres tares (intolérance, corruption) qui sont associées à la dégradation du niveau de l'indice de développement humain des Nations Unies pour le Niger.

C'est dans cet environnement assaini que peut s'assurer une politique de développement durable du tourisme fondée sur la concertation, le dialogue, le partenariat et des études fines, ciblées aboutissant à des plans d'actions concrètes. Il importe alors pour le Niger que :

- la croissance quantitative du tourisme nigérien soit parfaitement maîtrisée ;
- des orientations qualitatives spécifiques soient données pour limiter les effets négatifs que pourrait avoir la croissance du nombre de touristes, notamment grâce à la mise en œuvre de projets inspirés des concepts de tourisme durable, tourisme équitable, participation des communautés villageoises, etc. ;
- Les attributions de l'Administration Nationale du Tourisme et des services sous tutelle soient clairement définies ;
- les professions intervenant dans les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie (transports, hébergement, restauration, tour-opérateurs, guidage, loisirs, etc.) soient étroitement encadrées et contrôlées par l'Administration Nationale du Tourisme, afin que les effets négatifs de leur activité soient les plus réduits possibles ;
- les attributions de l'ANT et les services rattachés sont clairement définies

- les retombées économiques du tourisme soient maximisées et réparties le plus équitablement possible, grâce en particulier, à l'achat de produits locaux, aussi bien pour les biens d'équipement que pour les biens de consommation intermédiaire ;
- la mise en œuvre des actions de formation soient mises en œuvre à tous les niveaux et dans tous les domaines, pour que les revenus tirés par la population nigérienne de l'activité touristique soient les plus élevés possibles ;
- des formes de rencontres d'un type novateur soient organisées entre les touristes et les populations visitées, afin de renforcer les échanges et de lever certaines incompréhensions inévitables ;
- les actions visant à améliorer la salubrité publique dans les villes les plus touristiques soient considérablement renforcées, dans le but d'éviter que les touristes gardent de leur visite au Niger une image trop négative.

L'ensemble de ces conséquences devra être, d'une façon ou d'une autre, pris en compte dans les orientations stratégiques ci-après et les actions prioritaires proposées en découlant.

## 11.2 LES FERS DE LANCE (POTENTIALITES ET ATOUTS) DU TOURISME NIGÉRIEN :

Les potentialités et atouts touristiques du Niger sont immenses et n'attendent que la mise en place d'une politique volontariste, ambitieuse et réaliste pour en faire une destination touristique de la sous région. Il existe en effet divers types très recherchés par la clientèle européenne, américaine et asiatique sans compter l'importante clientèle africaine. C'est un pays avec des attractions naturelles sauvages, des ethnies avec des cultures riches et variées, des parcs riches en espèces rares et en voie de disparition, des villages attractifs et un artisanat de qualité. Peu de ces opportunités de ressources potentielles ont été réellement exploitées. La richesse culturelle et ethnique, les parcs nationaux, le désert peuvent devenir des attractions majeures pour le Niger.

Les atouts touristiques déjà identifiés ou à mettre en valeur montrent que le pays peut commercialiser toutes les formes de tourisme : le tourisme saharien d'aventure ; le tourisme écologique ou écotourisme ; le tourisme culturel et thématique ; le tourisme de congrès et incentive ; le tourisme de découvertes et de vision ; le thermalisme ; le tourisme cynégétique ; le tourisme sportif ; le tourisme responsable, solidaire et équitable ; Le tourisme des jeunes et social ...

Le dépouillement des fiches d'embarquement par l'INS fait ressortir que le tourisme d'affaires représente 29,4% des motifs de voyage des touristes, suivi des conférences (21,4%), les vacances (12,9%) et la famille (10,6). En 2008, au total, 74,3% des voyageurs ont eu des raisons du voyage pour motif de tourisme (affaires, conférences, vacances et famille). Les résidents représentent 13,6%. Les autres types de motif représentent 0,8%. Il faut noter qu'à l'issue de l'exploitation des fiches, 11,2% des voyageurs n'ont pas déclaré leur motif de voyage.

Le tourisme d'affaires des Européens, Nord-américains et Chinois peut donc transformer l'image du Niger comme destination sécurisée, unique pour ses attractions naturelles et culturelles.

L'évolution des offres anciennes et la création de nouvelles offres touristiques sont les principaux vecteurs de la stratégie à mettre en place aujourd'hui. Cette obligation prime sur la promotion de la destination. Celle-ci doit cependant continuer sur le marché européen et anticiper le succès du Niger. Les Nigériens doivent accompagner ces efforts, surtout au niveau local, particulièrement durant les 5 prochaines années, d'où le rôle des collectivités locales.

Au delà de ces cinq (05) années, le Niger atteindra une notoriété originale de destination africaine, sur laquelle de multiples activités culturelles, sportives, d'aventure et de découvertes sont possibles aussi bien dans les déserts, le long du fleuve Niger que le Centre-Est. La dimension historique de la destination et les sagas qui l'accompagnent seront autant de nouveaux axes différents de communication sur les marchés neufs.

Encore faut-il que ce touriste puisse se loger hors Niamey, en retrouvant des prestations réellement touristiques. La découverte doit rester sans risque et être confortable. C'est cette offre là qui manque aujourd'hui. En respectant l'environnement naturel et humain, les offres nouvelles pourraient être de taille moyenne (de l'ordre de 20 à 30 chambres), disposant d'un confort sans reproche (restaurant familial, bar), comme d'un environnement touristique complémentaire.



La clientèle visée peut être de tous les âges, en définissant pour chacun une déclinaison marketing qui lui serait propre : aux plus jeunes, seront proposés des produits "déstructurés", sans obligations, mais avec beaucoup d'opportunités de services et de produits différents. Aux sportifs et aventuriers seront proposés des circuits avec des guides qui devront être obligatoires pour sécuriser le voyage.

La promotion des produits existant actuellement peut décliner ces aspects auprès des clientèles de tous âges. Mais pour ce qui est des marchés étrangers, il faut limiter le nombre de cibles et agir avec prudence. Ensuite, le poids d'internet ne devra jamais être oublié.

Au regard des conditions d'insécurité qu'avait connu le nord du pays (c'est à dire au sein même de la RNAT), la future réserve du Termit Tin Toumma s'est érigée comme espace idéal, entre autres pour une réorientation du tourisme « désert » avec des potentialités faunistiques supérieures à celle de l'Air Ténéré. En ce sens une description précise du Termit Tin Toumma a été entreprise afin de mieux préciser les richesses naturelles du pays et anticiper le possible développement de nouveaux produits touristiques de type écotourisme ou nature.

Le site de la réserve du Termit Tin Toumma a la biodiversité sahélo saharienne la plus importante sur la planète. La zone abrite :

- 15 espèces de grands mammifères dont la dernière population d'addax viable au monde (environ 200 individus) ;
- plus de 80 espèces d'oiseaux résidents ou de passage ;
- une population de reptiles très diverse et variée dont la tortue à éperons ;
- plus de 100 espèces végétales représentatives de la zone saharienne ;
- un patrimoine génétique exceptionnel.

**Carte n° 3 ci-dessous indique la Localisation du Massif du Termit et du désert du Tin-Toumma (Source ASS).**



Ci –après le tableau 20 qui indique à titre d'illustration les formes de tourisme pratiquées au Niger et les propositions possibles de diversification et d'animation des différentes régions ainsi qu'une matrice de produits, marchés et potentialités. Ladite matrice (tableau 21) n'est pas une grille d'analyse multifonctionnelle permettant de ranger les produits dans une perspective de réalisation séquentielle, mais un tableau présentant les potentialités de produits et de circuits sur les principaux marchés émetteurs du Niger. Elle peut être liée à la grille suivante (tableau 22) qui définit les marchés cibles du tourisme au Niger. Elle sera utilisée comme une matrice de décision stratégique pour l'élaboration d'un plan marketing et communication.

**Tableau 20 : LES FORMES DE TOURISME PRATIQUÉES ET PROPOSITIONS DE DIVERSIFICATION.**

<b>Formes de Tourisme</b>	<b>Propositions de Diversification</b>
<b>Tourisme saharien d'Aventure</b>	Organisation d'un Tourisme d'Aventure de Luxe à Agadez ; Route du sel à promouvoir.
<b>Tourisme écologique ou Ecotourisme</b>	Zone du TERMIT.
<b>Tourisme Culturel et thématique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A A NIAMEY : Organisation d'un Festival National des Pêcheurs (biennal),</li> <li>• Création d'un Musée (thèmes axés sur le fleuve et traditions) avec village artisanal Régional à Balleyara ;</li> <li>- Festival des danses traditionnelles à Dosso, le mouloud de Kiota (à Birni N'gaouré) ;</li> <li>• Visite de la ville de Zinder et festival du Théâtre et de l'Humour ; travaux permanents de restauration du site.</li> <li>• -O - Organisation d'un festival de la Musique Touareg pour la paix à Tahoua ;</li> <li>• - - Organisation d'un festival des Musiques traditionnelles à Maradi, la fête annuelle des pêcheurs à MaBadarounfa et la fête annuelle des peulhs Bororo de Bermo (Guéroual à Dakaro) ;</li> <li>- Organisation du Festival des contes, légendes et épopées et de la mode traditionnelle à Diffa ;</li> <li>- Création d'un Musée avec village artisanal à Diffa et des Musées régionaux à Maradi et à Tahoua ;</li> <li>- Organisation d'un Tourisme Scientifique (archéologie), organisation des Rencontres des cultures nomades et d'un festival de la musique Sahélo saharienne (Région d'Agadez), tourisme religieux.</li> </ul>
<b>Tourisme de congrès et incentive</b>	A Niamey Tourisme événementiel et de Congrès ; Raids Motos nautiques et la Pêche ;
<b>Tourisme de Découvertes et de vision</b>	Circuits en Pays Haoussa (histoire et traditions de la chefferie traditionnelle) dans la zone touristique de Zinder ; Création d'un Musée Régional de la Préhistoire à Agadez.
<b>Tourisme D'aventure</b>	Expéditions TERMIT-TAL-KAWAR-LAC TCHAD.
<b>Thermalisme</b>	Création et exploitation d'une Station thermale moderne sur le site de TAFADÉK pour un tourisme national à Agadez.
<b>Tourisme Cynégétique</b>	Chasse à l'Outarde dans la région de Tahoua sous condition de sa maîtrise+ zone de chasse du zarmaganda.
<b>Tourisme Sportif</b>	Organisation de la Chasse du Gibier d'eau et de la Pêche du capitaine ; Organisation des Rallyes -Auto Motos dans les dunes à proximité d'Agadez (à Tiguidit site du 1 <sup>er</sup> FIMA).
<b>Tourisme Solidaire et équitable</b>	Un projet pilote dans chaque département sauf là où il existe déjà ; Sur les Monts habités ( <i>Bagzane</i> notamment) comme modèle pilote dans la région d'Agadez.
<b>Tourisme des jeunes et social</b>	Organisation de camps de vacances.

**Tableau 21 : MATRICE PRODUITS – MARCHÉS – MATRICE DE POTENTIALITÉS**

Marchés Produits	Résidents nigériens	Résidents européens	Europe	France	Allemagne	Grande - Bretagne	Espagne	Italie	Belgique Suisse	Canadiens	Américains	Chinois	Afrique
Tourisme d'affaires	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xx	xx	xx	xxx	xx	xx	xx	x
Congrès et réunions	xxx		xxx	xxx	xxx	xx	xx	xx	xxx	xx	x	x	x
Circuits Fleuve et Parc W		xxx	xxx	xxx	xx	xx	xx	xx	xxx	xxx	xx	xxx	x
Tourisme d'aventure et saharien		xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	x	x
Tourisme de vision et découverte	xx	xxx	xxx	xxx						xx	xx	xx	xx
Écotourisme		xxx	xxx							xxx	xx		
Tourisme alternatif et responsable		xxx	xxx							xx			
Tourisme Cynégétique et sportif		xx	xx										x
Tourisme des jeunes et social	xxx	xxx	xx	xx									
Tourisme religieux	xxx												xxx
Circuits Niamey et environs		xxx									xxx	xxx	xxx
Circuit Tillabéry-Niamey-Dosso		xxx									xx	xx	xx
Marchés Produits - Circuits	Résidents nigériens	Résidents européens	Europe	France	Allemagne	Grande - Bretagne	Espagne	Italie	Belgique et Suisse	Canadiens	Américains	Chinois	Afrique
Tahoua-Maradi-Zinder-Diffa		xxx	xxx	xxx	xx	x	xx	xx	xxx	xxx	xx	xxx	x
Agadez		xx	xxx	xxx	xx	x	xx	xx	xxx	xxx	xx	xx	x
Zinder-Magaria		xx	xxx	xxx	xx	x	xx	xx	xxx	xx	xx	xxx	x
Zinder-Termit- N'Guigmi-		xx	xxx	xxx	xx	x	xx	xx	xxx	xx	xx	xxx	x
Complément Mali			xxx	xxx	xx	x	xxx	xx	xxx	xxx	xx	x	x
Complément autres pays Bénin/Burkina Faso /Nigeria			xxx	xx	xx	xxx	xx	xx	xxx	xxx	xx	x	x

**XXX** *Grand potentiel, à développer à court et moyen terme*

**XX** *Potentiel à développer*

**X** *Opportunité à long terme, à faire découvrir par les marchés qui ne les connaissent pas*

**Tableau 22 : Les marchés cibles DU NIGER**

Marchés	Taille du marché	Forces	Faiblesses	Produits
Pays francophones France - Belgique - Suisse	Environ 3.000.000 arrivées de touristes en Afrique	Facilité de Langue, proximité culturelle et géographique, Soleil d'hiver. Liaison directe de transport aérien	Image « faible sécurité » Coût de transport élevé Pas d'offre, faune modeste par rapport à Afrique de l'Est	Tourisme d'affaires Tourisme aventure Écotourisme Tourisme désert Tourisme solidaire Combinaison avec Mali
Autres pays latins : Italie, Espagne, Portugal	1 million d'arrivées de touristes en Afrique dont affaires, aventure, écotourisme,	Proximité géographique, - de 6H d'avion, Soleil d'hiver sans décalage horaire	Transport aérien, peu de liaisons directes, Promotion insuffisante	Tourisme d'affaires Découverte Déserts et fleuve Combinaison avec Mali
Plus important pays émetteur européen : Allemagne	Presque 2 millions arrivées de touristes en Afrique	Important réservoir encore inexploité Soleil d'hiver	Faible action de promotion, difficulté de langue, pas de liaisons directes	Désert Écotourisme Culture Tourisme d'affaires
Un marché potentiel: Grande-Bretagne	Taille du marché : Presque 1 million de touristes en Afrique	Proximité, liaison avec Nigeria	La monnaie, non-appartenance de la GB à la zone Euro, Concurrence des pays anglophones d'Afrique	écotourisme dans déserts tourisme d'affaires
Marché régional ouest africain	Plus de 5 millions de mouvements transfrontaliers	Destination de proximité pour le Sahel	Faible marché touristique	Tourisme d'affaires- Conventions et réunions Excursions depuis Niamey Tourisme religieux
Amérique du nord États – Unis, Canada	Taille du marché plus de 1 million- surtout vers Afrique de l'Est			Fleuve Déserts Culture
Chine et autres Asie et Pacifique	Émergent, mais avec croissance rapide	Développement des affaires et du commerce Loisirs et tourisme des résidents chinois	Restent entre eux, sauf Japonais et Coréens	Tourisme d'affaires et tourisme de découverte et de vision- Intérêt croissant pour la culture

### 11.3. ATTENTES, ENJEUX ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES.

Le diagnostic relate les principaux problèmes, les freins au développement du tourisme, les solutions en cours et les attentes des institutions publiques, privées et partenaires du développement. De telles questions sont traitées dans les différents rapports d'études sectorielles et ont fait l'objet de développement dans la stratégie. Elles posent à la fois les problèmes qui demandent des solutions en adéquation avec les orientations stratégiques et les moyens qui doivent être mobilisés pour assurer une croissance durable du tourisme.

La mise en œuvre de la SNDDT et son Programme d'Actions Prioritaires permettraient de démarrer le dialogue public – privé, d'identifier les sites prioritaires ; d'améliorer la planification en mettant sur pied un système performant des statistiques, de lancer les enquêtes sur l'offre et les dépenses des touristes ; de renforcer le marketing en promouvant le Niger en tant que destination avec la création d'un budget public-privé ; de proposer design et production des produits de marketing ; d'améliorer le produit en sélectionnant ceux à développer avec les voyageurs ; d'assurer la qualité des prestations touristiques par la formation et la réglementation, d'améliorer l'infrastructure en érigeant le tourisme comme secteur prioritaire pour l'investissement en VRD (voieries, réseaux, divers) et unités d'hébergement; de protéger les ressources naturelles et patrimoines culturels et historiques ; d'encourager l'accès aérien tant à l'international qu'à l'intérieur du territoire ; d'évaluer le système de taxation en le rendant équitable et efficace et de faciliter l'accueil des touristes (allègement des formalités d'entrée des touristes, visas, lutter contre le harcèlement et la concurrence déloyale en créant une police touristique et des kiosques d'informations touristiques... etc.)

#### 11.3.1 Les attentes

Les attentes sont multiples puisque le tourisme doit permettre au Niger de créer de nouveaux emplois et entreprises, trouver de nouvelles ressources fiscales, renforcer la notoriété du pays, contribuer à réduire la pauvreté et accélérer les investissements structurants en infrastructures et équipements. Les différentes attentes recensées au cours du diagnostic sont donc de différents ordres :

- asseoir le développement du tourisme nigérien sur la base d'une bonne gouvernance en reconstituant et en exploitant durablement les ressources touristiques (développement des formes de tourisme à la fois rentables et soucieuses de la préservation et la conservation des ressources naturelles et culturelles) ;
- réagir par rapport aux évolutions du tourisme afin de savoir si les produits offerts resteront toujours bien en phase avec les attentes de différentes clientèles, d'où l'importance de recueillir des idées nouvelles d'améliorations des produits et des services touristiques ;
- établir des « règles du jeu » claires pour une meilleure organisation des activités et des actions ;
- doter l'ANT en moyens d'intervention ; humains, financiers et matériels ;
- créer les instruments de production des éléments de réflexion et d'analyse sur la conjoncture, l'économie et la fréquentation touristiques et favoriser l'animation et la mutualisation de l'information ;
- assurer une assistance en ingénierie ;
- développer des supports de communication professionnels ;
- renforcer la promotion de la destination et des opérateurs touristiques ;
- favoriser la mobilisation en matière de professionnalisation du secteur et l'utilisation des TIC ;
- etc.

### 11.3.2. Les enjeux

L'analyse diagnostique a permis de faire ressortir six ( 6) types d'enjeux :

#### a) En matière de diversification et de préservation des produits .

Développer de nouveaux pôles touristiques et consolider les produits et services touristiques existant sur la base de normes de qualité et de durabilité.

#### b) En matière d'organisation.

L'amélioration de l'efficacité des services du MTA est une préoccupation aussi bien au niveau des fonctionnaires qu'à celui des différents partenaires rencontrés. Une réorganisation du MT/A et l'opérationnalisation de celle-ci, avec la mobilisation et la professionnalisation des ressources humaines, s'avèrent donc nécessaires afin de renforcer la crédibilité des actions auprès des autres partenaires. Au niveau de l'utilisation des TIC, si les structures de concertation et d'échange existent, la mise en place d'un SGD (Système de Gestion des Destinations) implique l'organisation du secteur au sein d'OGD (Organisations de Gestion de la Destination) qui auront en charge (tant au niveau régional que national) de déterminer les grandes orientations stratégiques, d'adapter l'offre à la demande du marché et de promouvoir la destination au niveau international.

#### c) En matière de gestion des connaissances et de promotion de la destination .

Améliorer la connaissance statistique et économique du secteur du tourisme et sa promotion par l'utilisation des NTIC et créer des brochures décrivant les ressources naturelles, culturelles et historiques qui permettraient de positionner le Niger sur les marchés émetteurs du tourisme international mais aussi sur son marché interne autour de la culture qui lui donne son unicité. Ce positionnement doit être significatif – avoir du sens, distinctif pour bien différencier le Niger des destinations proches- facilement communicable et abordable, c'est-à-dire traduire un prix cohérent avec le niveau de l'offre nigérienne.

En matière de promotion ,renforcer la visibilité de la destination et des opérateurs touristiques et développer la commercialisation de la destination. En dehors des grands centres touristiques, peu de régions disposent de moyens de communication pouvant assurer leur promotion et celle des opérateurs touristiques locaux. L'évolution du site actuel [www.niger-tourisme.com](http://www.niger-tourisme.com) vers un SGD (Système de Gestion de la Destination) intégrant un portail sur l'artisanat et des portails touristiques régionaux est la solution à envisager afin de mieux valoriser les attraits touristiques du pays. Les structures d'accueil et d'information touristiques existent (Directions régionales/MTA/CNPT) mais sont pauvrement outillées. Il convient donc de les renforcer et de mettre en place des outils de communication efficaces.L'avènement du commerce en ligne et le développement du marché de l'e-tourisme constituent une opportunité pour les Pays du Sud de se placer sur le marché international du tourisme et de proposer directement leur offre en mettant en place une stratégie webmarketing active (campagnes publicitaires sur les moteurs de recherche, les portails tourisme, les réseaux communautaires,...).

#### d) En matière de réglementation .

La mise à niveau de la réglementation en vue d'une meilleure cohérence avec l'évolution du secteur et la définition des conditions d'application donneront une meilleure visibilité des « règles du jeu » à tous les acteurs concernés.

#### e) En matière de qualité et de formation.

La structuration et la mise à niveau de l'offre de formation restent incontournables pour acquérir ou consolider les compétences requises si on tient à rehausser la qualité des prestations. Tous les acteurs en sont conscients . Le faible niveau d'appropriation des TIC par les OT nigériens constitue un frein au développement du secteur de plus en plus orienté vers les nouvelles technologies. Le renforcement des capacités et de l'accès aux TIC constitue alors un des leviers de développement. Développer le tourisme nigérien sur la base de normes de qualité et de durabilité en consolidant l'existant en produits touristiques et en favorisant l'ouverture de nouveaux pôles de développement durable du tourisme exige une formation adéquate..

#### f) En matière de partenariat.

Mobiliser toutes les forces vives constitue la condition sine qua non pour dégager une synergie opérationnelle propre à booster le développement de la destination. Les acteurs du tourisme nigérien doivent nécessairement partager une vision commune des atouts et des faiblesses, des traits qui symbolisent le mieux le Niger, des cibles à prendre en compte et des pratiques de partenariat public privé. Ceci demande aussi l'implication de collectivités locales et des populations locales à travers des ONG intervenant dans le développement du secteur de l'environnement et du tourisme et leurs représentants.

#### 11.3.3. Les objectifs stratégiques

L'objectif stratégique à retenir est l'accroissement du nombre de touristes voyageant pour motif de loisirs, affaires et conférences au taux de 6,8% annuellement jusqu'à 2 015 tout en encourageant et renforçant le tourisme régional et interne .

Pour répondre aux enjeux identifiés, plusieurs objectifs stratégiques concrets se dégagent:

- optimiser l'organisation du MTA en vue d'une meilleure mobilisation des ressources disponibles. Cette démarche doit apporter plus d'efficacité, et renforcer ainsi la légitimité de ses interventions ;
- assurer une meilleure connaissance du secteur du tourisme nigérien à travers l'amélioration de la qualité et de la régulation de la production des statistiques touristiques ;
- renforcer les outils de communication et de promotion de la destination tant au niveau local (régional) que national ;
- renforcer l'intégration des TIC dans le secteur du tourisme ;
- promouvoir la destination au travers des nouveaux moyens de communication.
- déclencher un nouveau souffle en réunissant en réseau les acteurs du tourisme autour d'une stratégie marketing commune avec comme pivot le CNPT ;
- anticiper et accompagner l'émergence de nouveaux marchés, en particulier le marché chinois, les marchés africains – Nigeria et Afrique de l'Ouest – et les hommes d'affaires qui viendront de plus en plus nombreux au Niger ;
- élaborer un schéma directeur d'aménagement touristique national tout en assurant la consolidation des produits existants en les renforçant par de nouveaux produits rentables, originaux et à accessibilité facile ;
- disposer d'une réglementation tenant compte des réalités, applicable et compréhensible par l'ensemble des acteurs concernés ;
- élaborer un plan de formation cadre pouvant servir de base, de ligne directrice, à toutes les initiatives concernant la professionnalisation du secteur et imposer une charte de qualité du tourisme ;
- redéfinir les relations et conditions d'intervention pour encourager et maximiser les effets d'un partenariat actif entre tous les différents acteurs du secteur.

**Ces objectifs sont déclinés en actions pertinentes qui définissent le Programme d'Actions Prioritaires (PAP) de la SNDDT.**

## 12. LE PROGRAMME D' ACTIONS PRIORITAIRES .

Le diagnostic a permis d'identifier les atouts et les opportunités du tourisme nigérien tout en dévoilant à nu de nombreuses insuffisances tant sur le plan organisationnel et réglementaire que de la faiblesse des ressources humaines, matérielles et financières, de la disponibilité des données pour une meilleure connaissance du secteur du tourisme, de la promotion et la commercialisation de la destination, de la valorisation des produits et de leur niveau de qualité ainsi que du partenariat à même de mobiliser les forces vives et de dégager une synergie opérationnelle propre à booster la croissance de la destination. Il a permis de cerner les attentes et les enjeux qui ont facilité la fixation des objectifs stratégiques déclinés en actions prioritaires. Ces actions devraient être mises en œuvre, dans les plus brefs délais, afin de créer les conditions d'un décollage rapide du tourisme nigérien en fonction des orientations stratégiques. Leur mise en œuvre constitue la condition nécessaire au démarrage d'une stratégie globale et cohérente à moyen et long terme de développement touristique.

### 12.1 LES ACTIONS PRIORITAIRES À METTRE EN ŒUVRE.

En fonction de leur objectif et cible, les actions prioritaires proposées sont classées en cinq (05) groupes correspondant aux axes fondamentaux de la stratégie à savoir :

- le renforcement du dispositif organisationnel ;
- la gestion des connaissances (statistiques touristiques, promotion et introduction des TICs),
- la consolidation et la diversification de l'offre touristique ;
- l'amélioration de la qualité à travers notamment la formation et le contrôle ;
- la coordination des actions entreprises.

Elles sont présentées ci-après sous forme de fiches de projets donnant leurs principales caractéristiques.

#### 12.1.1 Le renforcement du dispositif organisationnel.

Le diagnostic a permis de mettre en évidence au niveau du MT/A une pléthore de direction, le non respect de leur mission dans certains cas ainsi que leurs disfonctionnements d'où des difficultés à les remettre au travail et à les coordonner. Une réorganisation de l'ANT s'avère nécessaire. Une proposition de restructuration, par pôles aux missions homogènes, est suggérée.

**Le pôle, « Ingénierie et Activités Touristiques » (PIAT)**, censé être l'interlocuteur direct des professionnels (investisseurs, aménageurs, exploitants) reprend l'essentiel des attributions de trois anciennes directions à savoir : la Direction de l'Aménagement et de l'Investissement Touristique (DAIT), la Direction des Professions et Circuits Touristiques (DPCT), la Direction de la Législation (DL).

**Le Pôle « Administration et Gestion des Ressources » (PAGR)** reprend les attributions de l'actuelle Direction des Affaires Administratives et Financières, pour pouvoir jouer à fond ses fonctions d'appui au sein de l'Administration Centrale. Il devra être consolidé tant au niveau de son effectif qu'au niveau de son savoir-faire. La gestion des Ressources Humaines, aujourd'hui mise en veilleuse, devra devenir la priorité du pôle.

**Le nouveau pôle « Stratégie Sectorielle » (PSS)** confortera la vocation stratégique de l'actuelle Direction des Etudes et de la Programmation (DEP). Concrètement, si le pôle « Ingénierie et Activités Touristiques » œuvre essentiellement dans l'accompagnement des professionnels, le pôle « Stratégie Sectorielle » lui prépare le terrain grâce à l'élaboration de feuille de route permettant une intégration intelligente et optimale des projets dans la vision nationale de développement. Ce travail se réalisera évidemment grâce à une bonne coordination avec les autres pôles. Pour une meilleure cohérence et coordination en vue de l'avènement d'un véritable « Système d'Information » source d'avantages concurrentiels, ce nouveau pôle prendra également en charge l'essentiel des attributions de la Direction Marketing et Communication (DMC) et la Direction de la Statistique (DS). Par conséquent, outre son importante mission de conduire l'élaboration de la stratégie marketing de la destination (la feuille de route en matière



de marketing et de promotion), le PSS jouera donc le rôle de producteurs et de fournisseurs de données aux autres pôles et à tous les partenaires extérieurs. L'intégration de la statistique parmi ses attributions se justifie de manière logique.

Compte tenu de la place occupée par l'artisanat dans l'économie nationale, **le pôle « Promotion de l'Artisanat » (PPA)** est appelé à jouer à fond un rôle d'impulsion, d'encadrement et de commercialisation de la filière. Un renforcement de ses prérogatives et de ses compétences dans ces domaines est à prévoir.

La configuration finale de l'organigramme sera celle qui sera adoptée à l'issue d'une large concertation à mener au sein du ministère sous l'arbitrage du Ministre, l'action vise moins la révision du système de management actuel que le regroupement des directions et services au sein de pôles permettant d'afficher explicitement la transversalité et la complémentarité de leurs prérogatives.

La pertinence de toutes les actions concrètes susceptibles de débloquent rapidement la situation actuelle en optimisant l'organisation du MTA, découle logiquement de l'effectivité de l'action prioritaire à savoir l'« élaboration d'un nouvel organigramme ».

## 1) **Elaboration d'un nouvel organigramme.**

### a) **Justification**

L'organisation actuelle de l'ANT a été mise en place selon une logique à la fois technique et administrative (respect des instructions gouvernementales), sans toujours tenir compte des particularités du secteur et des réalités du pays. D'où la pléthore de directions, qui ne sont pas toujours faciles à opérationnaliser et à coordonner. En effet, la diversité des fonctions associée à l'intégration de la transversalité des missions a conduit à un éclatement des services, synonyme de dispersion et de redondances des actions. Cette situation, qui favorise le cloisonnement, associée au manque flagrant de moyens rend difficile l'émergence de synergie, et explique l'insuffisance dans l'identification des processus de travail transversaux et le déficit dans la formalisation des responsabilités incombant à chaque acteur.

Par conséquent, la restructuration de l'administration par « Pôles aux missions homogènes et intégrées » s'impose. Cette démarche correspond à une logique de fédération des services. En tout cas, sa mise en œuvre devra être menée de façon progressive.

### b) **Objectif**

Concevoir un nouvel organigramme opérationnel permettant au MTA de bien remplir les tâches essentielles d'une Administration Nationale du Tourisme.

### c) **Résultats**

Un nouvel organigramme permettant au MTA d'accomplir les missions qui lui incombent est opérationnel.

### d) **Degré de priorité**

Cette action devra être considérée comme la priorité des priorités.

### e) **Bénéficiaires**

Tous les collaborateurs du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.  
Les autres acteurs du secteur (intervenants).

### f) **Mode de mise en œuvre et financement**

Cette proposition devra faire l'objet de négociations, de recadrage et de validation en interne. C'est seulement à l'issue de cette phase permettant d'aboutir à la configuration finale que la description de chaque poste suivi par le profil de poste correspondant pourra être réalisée.

A titre indicatif, la mise en œuvre de l'action comportera les étapes suivantes :

- diffuser en interne la proposition d'organigramme pour information ;
- convoquer des réunions de travail, par direction et en séances plénières pour recueillir les opinions ;
- mettre en place une commission ad hoc chargé de prendre en compte les différents feedback (remarques et propositions) ;
- identifier les mission et attributions de chaque pôle et décider de la configuration finale du périmètre ;
- identifier les missions et attributions de chaque pôle et décider de la configuration finale du périmètre ;
- rédiger un rapport final.

Cette action peut être réalisée grâce à l'implication des collaborateurs au niveau de chaque direction, et à la réunion d'une commission ad hoc composée d'experts et de professionnels publics et privés désignés par le Ministre du Tourisme, dont le MTA assurera le secrétariat.

Cette commission, qui pourra faire appel à des personnes-ressources en tant que de besoin, disposera de 2 mois pour remettre un rapport de synthèse et de propositions concrètes dont la mise en œuvre devra être prise en charge par le budget national.

#### **g) Indicateurs**

- mise en place d'un comité ad hoc ;
- effectivité d'un échéancier ;
- recommandations concrètes issues d'un rapport de synthèse.

### **2). Définition des tâches et des profils de poste.**

#### **a) Justification.**

A l'issue de l'adoption du nouvel organigramme, qui précise les missions et attributions pour chaque pôle, il s'avère nécessaire d'enchaîner par la définition des tâches et des profils. Cette démarche s'inscrit pleinement dans une logique de gestion dynamique des ressources humaines.

#### **b) Objectifs.**

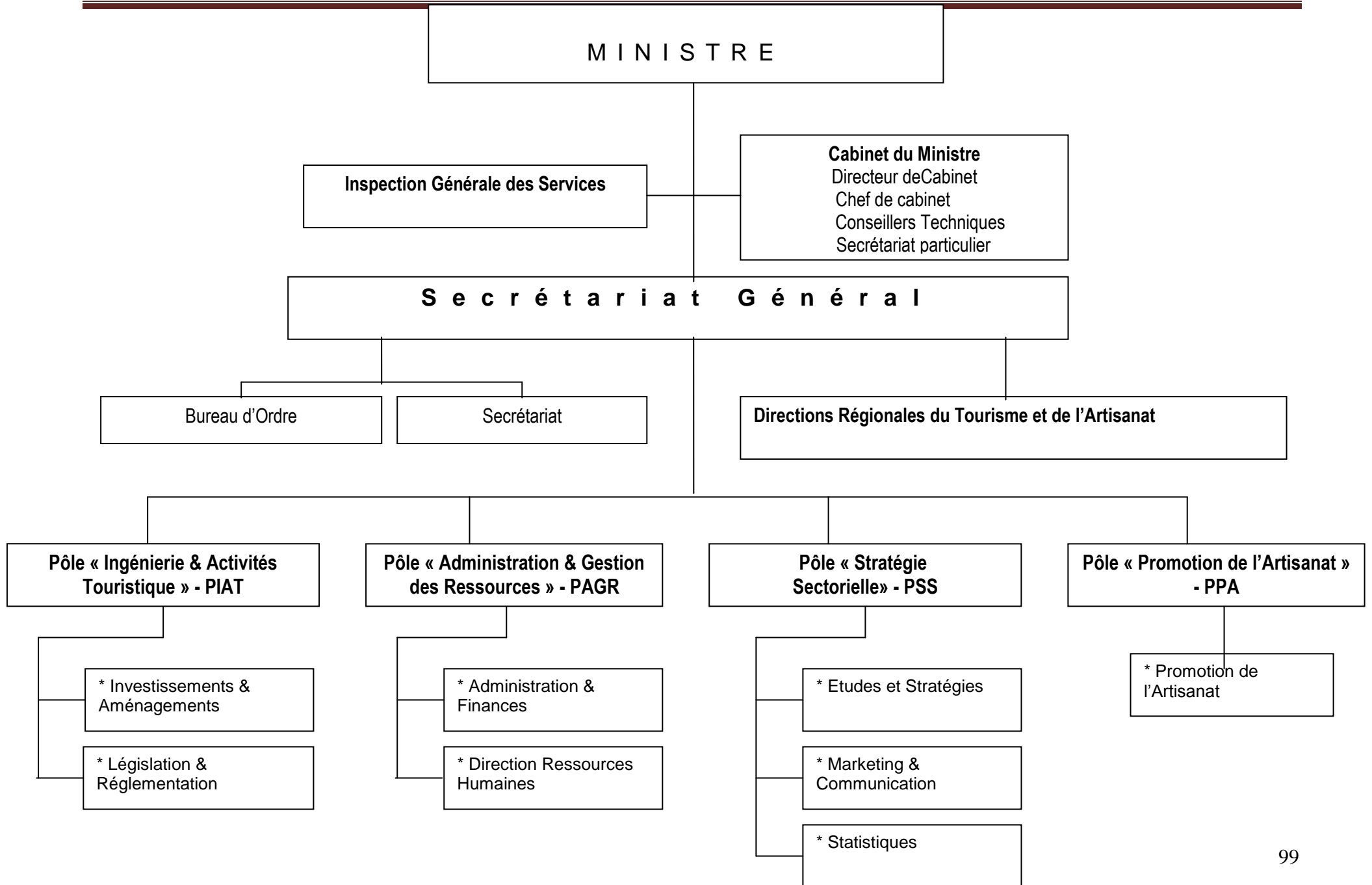
Il s'agit de commencer à opérationnaliser la nouvelle configuration. L'action permettra, entre autre, de confronter les besoins en expertise générés par la nouvelle organisation aux réalités et disponibilités du moment au niveau du MTA. Bref il s'agit de recenser les besoins en compétences de l'institution. En tous cas, le redéploiement de l'effectif consécutif à cette opération visera, normalement, à avoir la meilleure adéquation entre chaque poste et le collaborateur qui l'occupera.

#### **c) Résultats .**

A l'issue de la mise en œuvre de cette action, d'une durée d'environ 2 mois, le MTA disposera du référentiel des compétences, c'est-à-dire une cartographie complète des tâches et des compétences requises pour mener à bien les interventions.

#### **d) Degré de priorité.**

Cette action constitue la suite logique de la réorganisation de l'Administration Centrale. Il s'agit même d'une condition nécessaire afin d'optimiser l'opérationnalisation attendue au niveau de chaque fonction de travail redéfinie au cours de la restructuration.



e) **Bénéficiaires.**

Tous les directeurs et chefs de division du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.

f) **Mode de mise en œuvre et financement.**

- nommer une commission ad hoc devant conduire la mise en œuvre de cette action (pour gagner du temps et assurer la continuité, on pourra reconduire la même commission ayant pris en charge l'élaboration du nouvel organigramme) ;
- élaborer le référentiel des compétences du MTA (compétences générales et compétences métiers ainsi que les niveaux requis) ;
- élaborer les fiches de postes décrivant la mission du poste, ses activités et les compétences requises par ce poste ;
- planifier les différents entretiens (qui devront intéresser prioritairement les directeurs et les chefs de division) ;
- réaliser l'enquête de définition pôle par pôle pour préciser toutes les tâches et les profils de postes correspondants ;
- rédiger un rapport de synthèse.

La réalisation de cette action, conduite par une commission ad hoc, peut nécessiter l'appui d'un expert externe spécialisé en ingénierie des ressources humaines. En effet, au-delà des aspects purement techniques, celui-ci peut apporter avec son regard neutre, toute l'objectivité et l'autorité nécessaire pour avancer. Car la gestion de tout projet intéressant le domaine des relations humaines reste toujours délicat.

Dans ce cas, il faudra prévoir **un budget de l'ordre de 40 000 euros ( 26 238 280 FCFA)** supportés soit par l'Etat Nigérien, soit par un bailleur de fonds international comme le PNUD, dans le cadre d'un programme de renforcement des capacités.

g) **Indicateurs.**

- nombre d'entretiens réalisés ;
- nombre de profils de poste précisés ;
- effectivité du référentiel de compétences.

3). **Mise en place d'un plan de formation.**a) **Justification.**

Compte tenu de la diversité des missions du MTA et de l'évolution rapide des métiers d'une part, et des besoins en expertise ressentis d'autre part, l'acquisition et/ou le renforcement des compétences des collaborateurs font partie des priorités. En d'autres termes, pour que les interventions du MTA soient efficaces, il est nécessaire que les collaborateurs soient à la hauteur des attentes des partenaires professionnels. Il y a donc lieu de souligner l'importance de la formation comme facteur déterminant de développement des ressources humaines.

b) **Objectifs.**

Partant du fait que l'élément humain est au centre de toute dynamique d'évolution et de progrès, il a été jugé important et urgent de mettre en place un plan de formation pour répondre aux besoins en compétences de l'institution.

c) **Résultat .**

Le MTA disposera à l'issue de cette action d'un véritable plan de formation opérationnel en interne, qui servira de feuille de route en la matière sur le court/moyen terme.

d) **Degré de priorité.**

Cette action ne pourra être programmée qu'une fois la nouvelle organisation mise en place.

e) **Bénéficiaires.**

Les cadres de l'Administration Centrale et déconcentrée.

#### f) Mode de mise en œuvre et financement

1<sup>ère</sup> étape : Lancement d'une opération d'ingénierie de formation

Celle-ci s'appuiera sur les informations du référentiel des compétences et des fiches de postes (déjà réalisés dans l'action de définition des tâches et profil des postes) :

- élaborer la fiche d'évaluation individuelle nominative pour chaque poste (à compléter par chaque collaborateur au cours d'une séance collective par pôle précédé par un briefing afin de mieux répondre à toutes les questions) ;
- Remettre les fiches d'évaluation des compétences remplies aux responsables hiérarchiques afin d'évaluer les compétences réelles de l'ensemble de leurs collaborateurs ;
- Déterminer les écarts entre la situation actuelle des compétences et les exigences des postes; et ce par l'analyse des évaluations faites par les supérieurs hiérarchiques.

2<sup>ème</sup> étape : Mise en place du plan de formation.

- à travers l'analyse des écarts identifiés, élaborer le plan de formation qui se décline en modules et thèmes de formations. Aussi, les cadres et agents évalués par leurs responsables hiérarchiques seront désignés pour bénéficier des formations qui répondent aux besoins en compétence relevés ;
- réaliser la synthèse des axes généraux d'amélioration dégagés ;
- préciser les domaines de formation retenus ;
- émettre des recommandations.

Le référentiel de compétences et des fiches de poste réalisé au cours de l'action « définition des tâches » servira d'outil de travail pour l'étude d'ingénierie et d'élaboration du plan de formation concernant l'ensemble du personnel. La réalisation de ce travail fouillé et rigoureux, sur une période d'environ 3 mois, fera appel à l'intervention d'un spécialiste en ingénierie d'information et **nécessitera un budget de 40 000 euros** (soit 26.238.280 FCFA) pouvant être pris en charge par un bailleur de fonds multilatéral (ex PNUD) ou bilatéral (coopération avec un pays) dans le cadre d'un programme de renforcement des capacités.

#### g) Indicateurs.

- nombre de bilans de compétences réalisés ;
- nombre de modules de formation identifiés ;
- nombre de collaborateurs formés.

#### 4). Proposition de mesures transitoires compte tenu des ressources disponibles.

##### a) Justification.

La mise en place de la nouvelle organisation risque de poser quelques problèmes, en tout cas de perturber le travail en cours si on ne précise pas les mesures d'accompagnement. Ce sont surtout les pôles à vocation opérationnelle qui seront les premiers concernés.

##### b) Objectifs.

Il s'agit à la fois de programmer et d'accompagner le basculement progressif de la nouvelle organisation, et de préciser le mode de fonctionnement technique du MTA. De même, il faut profiter de cette réforme pour instaurer les conditions requises pour l'effectivité d'une nouvelle culture d'excellence. En effet, le MTA, partie intégrante de la fonction publique, a besoin de s'inspirer et de s'adapter aux valeurs et au mode de fonctionnement en vigueur dans le secteur privé.

**c) Résultats.**

A l'issue de cette action :

- les différents pôles sont en place et sont fonctionnels ;
- l'ensemble du personnel du MTA a acquis des méthodes de travail permettant un fonctionnement efficace de l'ensemble de la structure.

**d) Degré de priorité.**

Dès la validation officielle de la nouvelle organisation, une mobilisation des collaborateurs concernés enclenchera la dynamique.

**e) Bénéficiaires.**

Les collaborateurs des pôles : PAIT et PSS

**f) Mode de mise en œuvre et financement.**

Il est clair que la durée de la mise en place sera fonction de l'importance ou de la complexité du dossier et d'une période de rodage. Il s'agit de :

- recenser tous les projets ou dossiers en cours ;
- identifier tous les collaborateurs concernés et impliqués dans ce projet ;
- repositionner chaque projet dans son pôle de destination ;
- préciser le mode de fonctionnement technique du MTA (réunions de direction, séances de travail entre les directions ou les divisions, notes de service, circulation de l'information, etc.) ;
- informer tous les collaborateurs de ces procédures ;
- organiser des briefings afin de les familiariser à ces procédures.
- opter pour une démarche « équipe de projet » facilitera la réalisation du repositionnement recherché. Il est clair que la durée de la mise en place sera fonction de l'importance ou de la complexité du dossier ou projet, sans parler de la nécessité d'une période de rodage. Des ajustements pourraient encore survenir à ce stade.

**Aucun budget spécifique ne sera nécessaire pour réaliser cette action.** Les inspecteurs du Service d'Inspection Générale ainsi que les directeurs des pôles devront être les principaux animateurs de cette action.

**g) Indicateurs.**

- nombre et composition d'« équipes projets » opérationnelles ;
- efficacité dans le traitement des dossiers (gain ou perte de temps à relier avec la satisfaction des partenaires extérieurs) ;
- nombre (et nature) des observations/recommandations/réclamations émises par les collaborateurs ;
- nombre (et nature) des observations/réclamations émises par les partenaires extérieurs.

**5). Proposition d'amélioration de la communication interne.**

**a) Justifications.**

La communication interne est devenue une composante essentielle du management. En effet, informer le public interne des options stratégiques du MTA et les sensibiliser à ces orientations, lui apporter toute l'information nécessaire sur les différentes actions qui sont menées, s'avèrent indispensables, surtout dans un contexte interne de rétention de l'information.

**b) Objectifs :** Améliorer la communication interne.

**c) Résultats :** Communication interne améliorée.

**d) Degré de priorité :** Cette action se fera parallèlement à la mise en place de la nouvelle organisation.

**e) Bénéficiaires.**

Tous les directeurs et chefs de division de l'Administration Centrale et Services déconcentrés et ceux des organismes rattachés (CNPT, SAFEM).

**f) Mode de mise en œuvre et financement.**

- engager un diagnostic Ressources Humaines via, d'une part une Enquête par questionnaire standardisé, et d'autre part une Enquête par entretien semi-directif ;
- réaliser une Analyse SWOT ;
- faire la synthèse des besoins ;
- émettre des propositions.

Pour des raisons techniques et d'efficacité, ce travail piloté en interne par le Secrétaire Général et le directeur du Pôle « PSIM », devrait être confié à un spécialiste extérieur qui apportera, outre son expertise technique, son regard neuf.

**D'un coût pouvant approximativement être évalué à 30 000 euros (19.678.710 F CFA)**, cette action pourra être incluse dans un projet plus vaste portant sur le renforcement des capacités et bénéficiant d'un financement international.

**g) Indicateurs.**

- nombre de propositions d'amélioration recensées au cours des entretiens ;
- nombre de mesures concrètes adoptées ;
- nombre de réactions des collaborateurs.

**12.1.2 . La gestion des connaissances**

Le MTA souhaite améliorer son système statistique , au moyen de l'élaboration à la phase finale du compte satellite du tourisme, sous ensemble du système de comptabilité nationale des Nations Unies, adopté par l'OMT. C'est une opération à long terme qui ne peut être réalisée que progressivement. Entre temps, la mise sur pied d'une structure opérationnelle de production des informations et statistiques touristiques fiables est nécessaire pour établir une situation de référence du tourisme : données économiques et sociales, données sur le marché et données sur l'offre.

L'information et le suivi des données sur les marchés gagneraient à être confortés par la consolidation de l'utilisation des TICs et la disponibilité d'un plan de communication et de marketing de la destination Niger dont une partie des actions opérationnelles se ferait en ligne (e-marketing) et l'autre sous forme de présence dans les principales foires et expositions avec la production d'un matériel léger de promotion et la possibilité de liens avec les sites institutionnels du Niger et les mini-sites régionaux à créer , directement reliés au portail central.

**1). Renforcement de la structure chargée de la statistique et de l'information touristique****a) Justification**

L'ANT n'est pas actuellement en mesure d'établir les statistiques touristiques et hôtelières de base, susceptibles de fournir des éléments d'information sur l'activité touristique du pays et ses principales caractéristiques, ainsi que sur ses tendances d'évolution.

**b) Objectifs**

Donner à court terme à l'ANT les moyens humains, techniques et financiers pour remplir les tâches lui incombant en matière de production, de diffusion et d'analyse des données statistiques.

Conduire les travaux préparatoires pour doter à moyen terme l'ANT d'un système statistique complet permettant notamment de disposer d'informations quantitatives sur les dépenses des touristes (étrangers et nationaux), ainsi que sur les retombées économiques de l'activité touristique (emplois, valeur ajoutée, investissements, recettes fiscales, etc.).

A plus long terme, les services de l'ANT chargés des statistiques et des études économiques devront être en mesure d'élaborer, en liaison avec la Direction des Statistiques et des Etudes Economiques de l'INS (Ministère de l'Economie et des Finances) de véritables comptes satellites du tourisme, suivant la méthodologie mise au point par les Nations Unies et l'O.M.T.

**c) Résultats :** Les attributions conformes au nouvel organigramme sont élaborées et adoptées.

**d) Degré de priorité :** Première phase à entamer immédiatement en 2012 et exécuter le programme progressivement sur 3 ans.

**e) Bénéficiaires**

- le gouvernement du Niger ;
- les investisseurs potentiels ;
- les autorités locales et régionales du Niger, en particulier celles qui travaillent sur les Plans de Développement Communautaire ;
- l'ensemble des professionnels du tourisme nigériens ou travaillant avec le Niger

**f) Le mode de mise en œuvre et financement.**

Pour sa première phase (obtention à court terme de données fiables en matière d'entrées des touristes étrangers au Niger, de la capacité d'accueil de fréquentation des unités d'hébergement et en matière de données sur les agences de voyages ,restaurants et transports touristiques), le projet comportera les activités suivantes :

i. implication forte des responsables du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, du CNPT (signature de conventions avec les différents acteurs) pour obtenir :

- que les services de la Police des Frontières transmettent rapidement et intégralement les fiches d'arrivées et de sorties dans le pays ou des tableaux récapitulatifs mensuels par poste frontière tous les cinq premiers jours de chaque mois ;
- que les propriétaires et/ou les gérants des établissements hôteliers remplissent les fiches de fréquentation des hôtels et les renvoient à l'ANT dans les délais exigés ;
- que les agences de voyages, les transporteurs et les restaurateurs communiquent à temps les informations et données des fiches statistiques préétablies à l'ANT.

ii. mise à disposition d'un (ou plusieurs) experts étrangers spécialisés sous forme de 3 ou 4 missions au Niger de 2 semaines chacune ;

iii. formation de 3 cadres nigériens dans les techniques des statistiques du tourisme (collecte et traitement des données, informatique, mise en forme et publication des données) sous forme de stages à l'étranger de 2 ou 3 mois ;

iv. achat d'équipements pour le traitement des données (ordinateurs et logiciels) ou pour leur publication (imprimantes et photocopieuses).

Le rôle des experts étrangers extérieurs sera notamment de préciser les profils de postes nécessaires et de faciliter le recrutement des responsables des différents postes de responsabilité en fonction de ces profils. Ils auront également à définir un programme pluriannuel d'activité de la structure de la statistique et de l'information touristique assorti de méthodologie de travail et d'enquêtes en vue du passage aux phases suivantes d'enquêtes lourdes ,d'analyse d'impacts, d'élaboration de comptes satellites...pour développer et enrichir le contenu des produits projetés.



A l'issue de la mise en œuvre de la première phase de cette action, les services des statistiques de l'ANT seront en mesure d'élaborer, d'exploiter, d'analyser et de publier les statistiques touristiques de base (entrées des touristes étrangers, capacité hôtelière, fréquentation hôtelière, activités des autres établissements touristiques), avec une précision suffisante et dans des délais satisfaisants.

Cette action, qui comporte à la fois la fourniture d'experts étrangers, la formation d'agents nationaux à l'intérieur et à l'étranger, l'achat d'équipements et la publication des premiers documents, aura un coût relativement lourd, que l'on peut, en première approximation, **estimer à environ 200 000 Euros (131.191.400 FCFA)**. La durée de mise en œuvre de sa première phase ne devrait pas excéder une année.

De toute évidence, cette action devra faire l'objet d'une requête auprès d'un bailleur de fonds international.

#### **g) indicateurs.**

- budget spécifique alloué à la structure ;
- fiches de collecte disponibles pour le bulletin et l'annuaire ;
- base de données disponibles pour le bulletin et l'annuaire ;
- note de conjoncture disponible ;
- rapport d'impact disponible ;
- comptes disponibles.

### **2). Développement des outils d'Information et de Communication.**

#### **a) Justification.**

- le MTA et le CNPT ne disposent que de très peu de supports de communication en dehors de leurs sites web respectifs ;
- peu d'opérateurs touristiques ont la possibilité d'assurer leur promotion à l'international ;
- une partie du patrimoine touristique du Niger manque de visibilité : artisanat, nouvelles régions touristiques ;
- l'information touristique sur place est réduite, il existe peu de centres d'accueil et d'information, manque de supports tels que des cartes touristiques ou des mini-guides ;
- la demande en formation aux outils informatiques est générale tant au niveau des cadres du ministère qu'au niveau des opérateurs touristiques et peu d'opérateurs touristiques maîtrisent le potentiel des TIC.

#### **b) Les objectifs visés.**

- renforcer la visibilité du patrimoine touristique du Niger et de ses différents acteurs ;
- développer des supports de communication professionnels ;
- renforcer l'information touristique au plan local ;
- renforcer la formation aux TIC et aux outils informatiques dans le secteur du tourisme.

#### **c) Les résultats attendus.**

- intégration au portail [www.niger-tourisme.com](http://www.niger-tourisme.com) de portails régionaux : Niamey, Zinder, Agadez ;
- intégration au portail [www.niger-tourisme.com](http://www.niger-tourisme.com) d'un portail sur l'artisanat ;

- conception et édition d'un mini guide touristique « Passeport Niger » ;
- conception et édition d'un portfolio « Destination Niger » ;
- installation de Centres pilotes d'Informations et de Promotion Touristiques à Niamey, Zinder, Agadez ;
- conception et édition d'une brochure promotionnelle pour les 3 régions pilotes accueillant les Centres d'Informations et de Promotion Touristiques (CIPT) ;
- les cadres du MTA/CNPT/ANPTH sont sensibilisés aux nouveaux outils de communication et à leur potentiel ;
- les responsables des Centres d'Informations et de Promotion Touristiques sont formés aux outils informatiques ;
- appropriation des outils de communication mis en place au niveau du MT/A (niveaux central et régional) et du CNPT (Niamey, Zinder, Agadez) ;
- avoir un lien avec les sites des ministères (Culture, Environnement, etc.).

**d) Le degré de priorité.**

Ce plan doit recevoir la plus haute priorité des autorités nigériennes à lancer dès 2012

**e) Les bénéficiaires directs et indirects.**

- au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ;
- le Centre Nigérien de Promotion Touristique ;
- l'Association Nationale des Professionnels de Tourisme et de l'Hôtellerie ;
- les opérateurs touristiques.

**f) Modes de mise en œuvre et financement:**

- mission d'identification et de récolte documentaire Niamey/Zinder/Agadez (phase 1) ;
- conception et développement des portails régionaux et du portail de l'Artisanat ;
- conception et édition des supports de communication : « Passeport et Destination Niger », brochures promotionnelles des Destinations régionales ;
- équipement des Centres d'Informations et de Promotion Touristiques et formation des responsables aux outils informatiques. Séminaire de sensibilisation au potentiel des TIC (Niamey, Zinder, Agadez) ;
- séminaire de formation aux outils de communication mis en place au niveau du MTA et du CNPT (Niamey, Zinder, Agadez) ;

Le coût et les sources de financement proposées :

- **97.500 € soit 63 855 808 FCFA** : honoraires, per diem et voyages expert en communication, récolte documentaire, développement portails régionaux, portail artisanat, conception & édition : Passeport Touristique Niger, Portfolio « Destination Niger », brochures promotionnelles régions touristiques, installation et équipement informatique des Centres d'Information et de Promotion et Touristique, formation et sensibilisation aux outils informatiques et Internet ;
- financement à demander à un bailleur de fonds de la coopération. Des voies de financement peuvent être trouvées au niveau de la coopération bilatérale (SNV, Coopération luxembourgeoise) qui pourraient financer une partie du projet. Il est également à noter que tous les outils mis en place sont conçus afin de s'auto-financer après grâce à la régie publicitaire et à la participation des Opérateurs Touristiques. Le MTA et le CNPT participent également au projet en mettant à disposition ses locaux pour les CIPT et en assurant une mission d'encadrement de l'expert.

**g) Indicateur et source de vérification.**

- sites web www.niger-tourisme.com, www.artisanat.niger-tourisme.com, niamey.niger-tourisme.com, zinder.niger-tourisme.com, agadez.niger-tourisme.com ;
- existence et distribution de supports de communication : Passeport Touristique Niger, Destination Niger, Destination Niamey, Zinder, Agadez ;
- existence de centre d'accueil et d'informations touristiques à Niamey, Agadez, Zinder ;
- attestations de stage informatique et internet ;
- statistiques de connexion à l'espace professionnel du portail ;
- statistiques générales de fréquentation des portails et évolution des contenus.

**3). Stratégie webmarketing.**

**a) Justification.**

Le web est devenu un media incontournable en matière de promotion touristique. Les stratégies web marketing sont moins coûteuses que les campagnes medias classiques. Elles permettent d'atteindre exactement sa cible : zone géographique, langue parlée, centres d'intérêts,...

**b) Les objectifs visés :** Promouvoir le Niger en tant que destination phare de l'Afrique de l'Ouest.

**c) Les résultats attendus :** Le nombre de voyageurs et de touristes étrangers a augmenté.

**d) Le degré de priorité :** Dernière phase dans le processus de création et de commercialisation de produits touristiques.

**e) Les bénéficiaires directs et indirects :**

- la République du Niger ;
- le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ;
- le Centre Nigérien de Promotion Touristique ;
- l'Association Nationale des Professionnels de Tourisme et de l'Hôtellerie ;
- Les opérateurs touristiques.

**f) Le mode de mise en œuvre et financement.**

Campagne SEO (Search Engine Optimization) dans les principaux moteurs de recherches, Achat d'espaces publicitaires sur des portails web spécialisés ou porteurs en terme de clientèle. Le coût et les sources de financement proposées : 15.000 € (9.839.355 FCFA) : campagne promotionnelle.

**g) Indicateur et source de vérification .**

- nombre d'arrivées des touristes ;
- statistiques de fréquentation du site www.niger-tourisme.com ;
- taux de conversion (lien entre l'affichage d'une publicité sur un site et la visite effective du site).

**4). Plan de communication et de marketing.**

**a) Justification.**

Le Plan de communication et de marketing permettra de fixer des objectifs à court et à moyen terme (5 ans) en matière de marketing mix (segmentation des marchés, politique de produits, de promotion et de commercialisation de la destination Niger) tout en suggérant un pricing lui permettant d'affronter avec succès la concurrence sur les marchés émetteurs internationaux.

Avec l'importance qui sera donnée au e-marketing dans la stratégie nigérienne, il faudra définir des objectifs « marketing » associés au référencement dans les moteurs de recherche de type Google, Yahoo, Altavista, Ixquick, Ujido, Baidu, Bing, Cnous.ch... Les sites de référencement sont classés par thème, par pays, par région et par langue. Savoir se placer dans les premières positions devient une obligation pour une destination ou une marque. Les dernières études publiées montrent que les internautes ne dépassent généralement pas les trois premières pages de résultats, et que la majorité d'entre eux ne se contentent que des premiers sites listés (ou au mieux ceux de la première page).

**b) Les objectifs visés.**

- élaborer et mettre en œuvre un Plan de communication et de marketing du tourisme nigérien 2012-2016 entre la Direction du MTA en charge du marketing et le CNPT ;
- réaliser les actions prévues, en particulier tout ce qui concerne le e-marketing et le Portail du tourisme nigérien ;
- favoriser le partenariat public-privé et la mise en réseau des professionnels du tourisme et des autorités locales voulant développer le secteur dans leurs municipalités et leurs régions ;
- favoriser des types de tourisme innovants dans le sens du développement durable, responsable et solidaire pour lutter contre la pauvreté et répondre aux objectifs du Millénaire et ceux d'un tourisme ayant un faible impact sur l'environnement et le changement climatique ;
- reprendre les principaux segments de marché pour élaborer des campagnes adéquates sur le Net ;
- insister sur la culture qui donne une certaine cohérence et unicité au tourisme nigérien.

**c) Les résultats attendus.**

- plan de communication du Tourisme Nigérien 2012 – 2016 élaboré ;
- définition d'objectifs chiffrés pour le tourisme nigérien ;
- définition d'objectifs qualitatifs, comme pour le positionnement et l'image, la recherche de la qualité, l'importance donnée au tourisme responsable et durable, écotourisme, tourisme équitable, etc.

A court terme et à moyen terme (5 ans)

- portail général avec des portails et sites thématiques et régionaux ;
- politique de produits et de circuits ;
- politique de partenariat comme la création de Clubs Produits, etc ;
- politique de promotion sur les marchés essentiellement par la participation aux foires et expositions touristiques et générales ;
- politique de communication auprès des media, éducteurs d'agents de voyage, en particulier d'agences en ligne, voyages de journalistes ;
- calendrier d'événements ;
- alendrier d'initiatives et d'actions.

**d) Le degré de priorité :** Ce plan doit recevoir la plus haute priorité des autorités nigériennes.

**e) Les bénéficiaires directs et indirects.**

- le gouvernement du Niger ;
- les autorités locales et régionales du Niger, en particulier celles qui travaillent sur les Plans de Développement Communautaire ;
- l'ensemble des professionnels du tourisme nigériens ou travaillant avec le Niger.

**f) Le mode de mise en œuvre et financement.**

- élaboré avec le CNPT, le Plan de communication et de marketing demandera une bonne participation des professionnels du tourisme, avec une assistance d'un modérateur - expert en marketing touristique et la définition d'une équipe de travail MTA/CNPT avec laquelle il sera amené à travailler ;
- réunions à prévoir pour atteindre un consensus avec ceux-ci ;
- Large diffusion dans les médias après adoption et acceptation à travers un événement et une communication auprès des médias nigériens et internationaux ;

Le coût et les sources de financement proposées :

- **60.000 € minimum** soit **39 357420FCFA**: réunions, honoraires de l'équipe de travail non fonctionnarisée, honoraires et voyage des experts, publication papier et électronique du Plan, événement pour son lancement et communication auprès des médias ;
- ce coût ne comprend pas la mise en place des actions et initiatives qui seront prévues dans le Plan, ni la mise en place du Portail du tourisme du Niger et de ses sites thématiques et régionaux ;
- financement à demander à un bailleur de fonds de la coopération bilatérale.

**g) Indicateur et source de vérification.**

- nombre d'arrivées de touristes ;
- taux de croissance des recettes du tourisme ;
- taux de croissance des revenus fiscaux du tourisme ;
- nombre d'emplois créés ;
- contribution du tourisme dans le PIB.

**12.1.3. La consolidation et la diversification de l'offre touristique.**

La diversification de l'offre est la condition nécessaire pour assurer un développement significatif du tourisme nigérien dans des conditions de durabilité satisfaisantes. Outre l'identification des zones pilotes écotourisme et des sites touristiques, le Niger gagnerait à enrichir et développer des services et des équipements sur les principaux circuits actuels et potentiels, à promouvoir le tourisme culturel, à encourager un tourisme saharien de luxe, à améliorer les infrastructures routières et à encourager les investissements dans les activités touristiques.

**1) Validation des orientations stratégiques à moyen et long terme.**

**a) Justification .**

Le Niger doit être doté, le plus rapidement possible d'un corps d'orientations stratégiques cohérentes et globales qui lui permettront d'atteindre les objectifs fixés (en termes de fréquentation, de diversification de l'offre ou de qualité des produits notamment) dans une perspective de développement touristique durable. Les orientations de la stratégie « produits marchés » esquissées dans le présent rapport devront être précisées et validées par l'échantillon le plus large et le plus représentatif possible des acteurs du développement touristique nigérien, issus aussi bien du secteur public que du secteur privé.

**b) Objectifs :** Consolider, diversifier l'offre touristique du Niger et en assurer la qualité.

**c) Résultats .**

- l'offre est consolidée et diversifiée ;
- le flux touristique a augmenté.

d) **Degré de priorité** : A lancer dès mise en œuvre des principales actions en 2012 :

- création de nouveaux produits d'appel ;
- amélioration de la visibilité de la destination Niger.

e) **Bénéficiaires.**

Etat du Niger ;

- Opérateurs du tourisme ;
- Partenaires du développement du tourisme.

f) **Mode de mise en œuvre et financement .**

L'élaboration des orientations stratégiques sera faite par les cadres de l'ANT. Leur validation sera faite au cours d'un séminaire national (assises nationales) regroupant, sur une durée de 2 jours, l'ensemble des acteurs publics et privés intervenant au niveau national, régional ou local dans les domaines relatifs ou connexes au développement touristique. A l'issue de ce séminaire, la stratégie recevra sa formulation définitive et sera approuvée par le Conseil des Ministres.

Des orientations stratégiques ainsi élaborées, seront extraites les éléments les plus pertinents pour établir, sous l'égide des comités régionaux du tourisme, des programmes pluriannuels régionaux d'aménagement et de développement touristiques. L'ANT sera chargé de veiller à la cohérence d'ensemble de ces différents programmes régionaux et d'assurer leur conformité avec les orientations stratégiques nationales. Leur mise en œuvre se fera, dans chaque région, sous la responsabilité conjointe du directeur régional du tourisme et du comité régional du tourisme.

L'ANT aura à préparer et organiser un Séminaire national de validation des orientations stratégiques de développement touristique. Ce séminaire réunira, outre les cadres de l'ANT (Ministère et CNPT), qui en assureront l'animation, des représentants de l'ensemble des ministères concernés par le développement touristique et des représentants de l'ensemble des professionnels privés. L'ANT assurera la supervision de l'organisation par les Hautes Autorités Régionales en vue du lancement puis de la validation des Programmes pluriannuels régionaux d'Aménagement et de Développement touristiques.

Le coût du Séminaire national, qui peut à priori être évalué à **un montant de l'ordre de 50 000 Euros soit 32 797 850 FCFA**, sera pris en charge sur le budget de l'ANT. Le coût des séminaires régionaux sera financé par le budget des régions.

g) **indicateur.**

- taux d'occupation des Hôtels ;
- nombre des actions de promotion..

## 2). **Elaboration des termes de référence d'un schéma directeur d'aménagement touristique**

a) **Justification du projet :**

Le Niger dispose d'un fort potentiel de développement touristique fondé sur la mise en valeur et l'exploitation de ses ressources naturelles et culturelles. Ce potentiel est pour le moment très peu mis en valeur. Il est donc important que son utilisation soit précisée sous la double contrainte de l'adéquation avec les orientations stratégiques générales de développement touristique durable et de la conservation de l'environnement sur la base d'un schéma directeur d'aménagement touristique des principales zones touristiques.

b) **Objectifs visés:**

Elaborer les TDR du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique qui couvrira les trois (03) zones touristiques du Niger.

c) **Résultats attendus :**

Les TDR sont élaborés. L'étude doit refléter les préoccupations de toutes les parties concernées et prendre en compte les dimensions et principes de durabilité des formes de tourisme les plus appropriées à développer dans chaque zone.

**d) Degré de priorité :** Cette action doit avoir une grande priorité au Niger dès 2010 pour tous les acteurs directs et indirects au tourisme.

Priorité pour les populations locales et les autorités territoriales qui renforceront ainsi leur rôle dans le développement durable du pays.

**.Bénéficiaires :**

- les collectivités territoriales et les régions,
- tous les Ministères concernés,
- les opérateurs porteurs de projets,
- les partenaires du développement du tourisme durable ,

**f) Mode de mise en œuvre et financement .**

L'ANT et ses partenaires à tous les niveaux dont les acteurs du secteur touristique doivent discuter les termes de référence en tenant compte des orientations stratégiques qui seront adoptées en matière de développement durable du tourisme.

Les sources de financement possibles sont l'Etat du Niger, le PNUD, les Agences et Bureaux de Coopération bilatérale et multilatérale, les ONG de développement local, l'UNESCO et la Délégation de l'Union Européenne (F.E.D).

Coût estimé de l'étude : 50.000.000 F CFA soit 76.000 euros

**g) Indicateurs :**

- Les termes de référence élaborés sur la base de ce qui précède ;
- des zones prioritaires d'expansion touristique identifiées ;
- les collectivités bien impliquées (réunions et rencontres) ;
- les sites touristiques aménageables déterminés par zones (nombre et localisation) ;
- les coûts d'aménagement touristiques estimés.

**3). Elaboration de termes de références de l'étude de consolidation des produits touristiques existants et de valorisation de nouveaux produits**

**a) Justification du projet :**

Le niveau de la qualité de l'offre actuelle, le déficit en diversité et la non prise en compte des préoccupations de sauvegarde de l'environnement, de valorisation et de protection du patrimoine culturel, sont les raisons majeures de développer ces segments de produits à compléter par l'amélioration de la desserte aérienne et celle de l'environnement fiscal et parafiscal. Les produits concernés sont :

- le tourisme alternatif (Ecotourisme, Tourisme Solidaire et Equitable, Tourisme Scientifique, Tourisme Culture, etc.) ;
- le tourisme des Congrès et événementiel ;
- le thermalisme (Station thermale moderne) ;
- la mise à niveau des installations et des infrastructures touristiques existantes.

**b) Objectifs visés :**

- élaborer les termes de référence d'une série d'études en vue d'améliorer la qualité des prestations de services offerts et introduire des nouveaux produits plus enclins à rentabiliser les investissements tout en contribuant à la préservation des valeurs naturelles et culturelles ;
- développer des formules à même de relancer le tourisme national ;
- consolidation de l'existant, identification et valorisation des produits

**c) Résultats attendus :**

- disposer des études de réhabilitation des unités existantes sélectionnées selon leur importance dans les circuits touristiques les plus prisés ;
- une étude de faisabilité des nouveaux produits touristiques (tourisme de congrès et événementiel, écotourisme, tourisme solidaire, et thermalisme) est disponible ;
- disposer d'une étude de faisabilité d'une station thermale moderne dans la région d'Agadez (Tafadek) pour relancer le tourisme national ;
- disposer d'étude de faisabilité des nouveaux produits touristiques (tourisme de congrès et événementiel, l'écotourisme, le tourisme culturel et le tourisme solidaire).

**d) Degré de priorité :** prioritaire**e) Bénéficiaires :**

- les opérateurs dont les unités d'hébergement et les entreprises touristiques sont en difficultés ;
- la population amatrice de thermalisme ;
- l'hôtellerie urbaine pour le tourisme de congrès et événementiel.

**f) Mode de mise en œuvre et financement :**

- réaliser une étude sur la base des termes de référence précis selon les besoins portant sur la faisabilité et la commercialisation des différents segments des nouveaux produits après avoir
- diagnostiquer et proposer les besoins de consolidation de l'existant ;
- Réaliser une étude sur la base des termes de référence en vue de créer et d'exploiter une station Thermale moderne en collaboration avec la région, les départements concernés et les opérateurs privés ;
- coûts et sources de financement : ANT, régions et collectivités, Banque Mondiale, Union Européenne (FED), PNUD, Coopération bilatérale et multilatérale, Promoteurs nigériens et étrangers et l'Etat du Niger ( autres administrations) ;
- coût du projet (3 Etudes) : 30.000.000 FCFA soit 46.000 euros (estimé).

**g) Indicateurs :**

- les termes de références élaborés ;
- les installations actuelles sont visitées et les besoins évaluées ;
- les acteurs sont associés à la réflexion par des réunions et des visites.

**4). Création des zones pilotes d'écotourisme.****a) Justification :**

Le Niger a besoin de diversifier l'offre touristique qu'il est en mesure de proposer sur les marchés internationaux. En outre, les produits touristiques nouveaux devront avoir la triple caractéristique suivante :

- être suffisamment novateurs pour intéresser et satisfaire des clientèles très ciblées ;
- engendrer des effets économiques (valeur ajoutée, emplois, etc.) bénéficiant en majeure partie aux populations locales ;
- ne pas provoquer des effets négatifs pour la conservation du patrimoine culturel et de l'environnement naturel, ainsi que sur les sociétés réceptrices.

**b) Objectifs :**

L'action proposée, qui commencera par le choix de trois à cinq zones pilotes d'intérêt touristique caractérisées par leurs potentialités touristiques et par le dynamisme de leur population. aura pour objectifs principaux de :

- mettre en valeur les zones pilotes d'écotourisme ;



- définir un programme cohérent d'actions à mettre en œuvre dans la perspective d'un développement touristique durable et d'objectifs quantitatifs raisonnables ;
- définir un schéma d'aménagement spatial d'implantation des activités touristiques par rapport aux zones résidentielles et aux zones agricoles ;
- débattre avec les populations des actions qui vont être conduites, recueillir leurs avis et les sensibiliser sur les conséquences de ces actions pour leur mode de vie futur ;
- rechercher des promoteurs susceptibles d'être intéressés par la construction d'établissements d'hébergement, les assister pour la conception de leur projet et les aider à rechercher des financements auprès des organismes bancaires spécialisés ;
- définir les aménagements de sites et la signalisation correspondante et établir un plan de financement, une partie des travaux pouvant être financée par le projet et une autre partie étant réalisée sous forme de travaux d'intérêt communautaire ;
- sensibiliser l'ensemble des professions susceptibles de contribuer à l'animation touristique (danseurs et musiciens, artisans, transporteurs, etc.) ;
- former les guides accompagnateurs ;
- rechercher des modes de commercialisation et de distribution des produits touristiques locaux ;
- constituer une association de gestion des sites touristiques et des équipements publics regroupant les autorités locales et les opérateurs privés.

**c) Résultats attendus :**

- zones à aménagement prioritaire identifiées et délimitées ;
- études de faisabilité des zones retenues ;
- promoteurs ou aménageurs développeurs désignés.

**d) Degré de priorité :** A lancer dès 2012

**e) Bénéficiaires**

- les populations locales des zones pilotes choisies ;
- le Ministère en charge du Tourisme notamment les cadres de l'ANT qui interviendront sur le projet et seront en mesure de le reproduire dans des conditions différentes sur d'autres zones du pays ;
- les opérateurs porteurs de projets dans les zones identifiées ;
- les partenaires du développement du tourisme durable ;
- les Ministères en charge de la culture et de l'environnement, de l'Habitat, de l'Équipement, de l'Hydraulique, des Transports etc.

**f) Mode de mise en œuvre et financement .**

Débattre avec les populations des actions qui vont être conduites, recueillir leurs avis et les sensibiliser sur les conséquences de ces actions pour leur mode de vie futur ;

Le choix des zones pilotes sera fait par les soins des services compétents de l'ANT, en liaison avec le Ministère concerné et les populations. Les critères de choix des zones pilotes devront être définis au préalable, de manière que les résultats de l'action s'inscrivent dans la mise en œuvre des orientations stratégiques du développement touristique durable du Niger, principalement en matière de diversification de l'offre touristique.

Cette action aura une durée de mise en œuvre de 3 ans. Elle sera placée sous l'autorité du responsable du pôle chargé des aménagements et investissements touristiques au sein de l'ANT. Pour chaque zone-pilote, un animateur sera désigné. Il fonctionnera au sein de la Délégation régionale du Tourisme correspondante. Son rôle sera d'assister les populations concernées à établir les dossiers (demandes de financement, demandes de prêts, etc.) nécessaires à la mise en œuvre de l'action.

Cette action sera mise en œuvre en liaison avec les responsables nationaux et régionaux des Ministères concernés et les populations des opérateurs privés à travers leurs groupements et/ou leurs associations.

Le coût de cette action peut, en première approximation, être évalué à 200 000 Euros soit 131 191 400FCFA . Ce montant inclut notamment :

- la rémunération des animateurs à plein temps, ainsi que les frais de mission sur le terrain des cadres de l'ANT intervenant sur le projet ;

- l'achat d'un véhicule tout terrain ;
- les frais de carburant et les autres frais de fonctionnement du projet ;
- une participation aux travaux d'aménagement des sites touristiques et/ou d'aménagement des espaces.

Il ne comprend pas le montant de la participation nigérienne (bureaux et équipements, électricité, fournitures diverses, etc.), ni les prêts qui pourront être consentis aux habitants des zones désireux de créer une petite unité hôtelière et/ou touristique .

Compte tenu du montant en jeu, le financement de cette action sera principalement apporté par un bailleur de fonds international.

**g) Indicateurs et sources de vérification :**

- nombre de zone retenues ;
- taux annuels des travaux d'aménagement touristiques ;
- nombre des unités réalisées ;
- nombre d'emplois créés.

**5). Amélioration et valorisation des sites touristiques .**

**a) Justification.**

Les principaux sites touristiques du Niger, qu'ils soient de type culturel ou naturel, sont pour la plupart mal accessibles, mal mis en valeur, mal signalés, mal entretenus et, dans certains cas, dans un état de délabrement avancé. Cette situation ne permet pas de les intégrer dans des circuits touristiques et freine la diversification de l'offre.

**b) Objectifs.**

Il s'agit, d'une part de restaurer les plus importants d'entre eux et, d'autre part de rendre leur visite la plus agréable possible pour des touristes en créant des aménagements d'accueil et/ou de repos partout où cela sera possible et en valorisant la composante du tourisme culturel.

**c) Résultats.**

Le nombre de sites susceptibles d'être visités par des touristes sera sensiblement accru et les zones visitées seront étendues, ce qui permettra :

- d'une part, d'accroître les revenus tirés du tourisme et de les répartir entre un plus grand nombre de bénéficiaires ;
- d'autre part, de limiter l'impact négatif de la fréquentation touristique sur l'environnement.

**d) Degré de priorité : A lancer dès 2012**

**e) Bénéficiaires.**

- les populations des sites choisis ;
- les Ministères en charge du Tourisme, de la culture et de l'environnement notamment les cadres de ces départements qui interviendront sur les projets et seront en mesure de les reproduire dans des conditions différentes sur d'autres sites du pays ;
- les opérateurs porteurs de projets dans les sites identifiés ;
- les partenaires au développement du tourisme durable.

**f) Mode de mise en œuvre et financement.**

L'ANT définira, en liaison avec le Ministère de la Culture et/ou le Ministère de l'Environnement, ainsi qu'avec les autorités locales, un programme pluriannuel de travaux relatifs aux principaux sites touristiques destinés à les restaurer et à les aménager pour rendre leur visite plus attractive et plus agréable.

Cette action sera coordonnée par le responsable de la diversification de l'offre touristique au sein de l'ANT.

Son financement sera assuré par le budget de l'ANT et par celui des ministères responsables de la sauvegarde et de l'entretien du patrimoine naturel et culturel, principalement le Ministère chargé de la Culture et le Ministère chargé de l'Environnement.

**g) Indicateurs et sources de vérification.**

- nombre et intitulé des sites retenus et leurs caractéristiques ;
- état annuel d'avancement des travaux d'aménagement des sites ;
- capacité des unités réalisées ;
- nombre d'emplois créés.

#### **6). Organisation de nouveaux circuits touristiques.**

##### **a) Justification .**

Le développement du tourisme nigérien passe de toute évidence par la diversification des produits touristiques proposés à des cibles de clientèles spécifiques.

##### **b) Objectifs.**

Organiser de nouveaux circuits correspondant aux orientations de la stratégie « produits marchés » esquissée dans le présent rapport.

**c) Résultats :** Des circuits sur les nouveaux produits touristiques sont disponibles et commercialisés.

**d) Degré de priorité :** A lancer dès 2012.

##### **e) Bénéficiaires.**

- les populations des circuits visités ;
- le Ministère en charge du Tourisme ;
- les opérateurs porteurs de projets dans les nouveaux circuits : agences de voyages, transporteurs, promoteurs de moyens d'hébergement, de restauration, d'animation, artisans.

##### **f) Mode de mise en œuvre et financement .**

Le choix de ces circuits résultera de la confrontation des opinions des responsables nationaux de l'ANT, des membres des Comités Régionaux du Tourisme et des dirigeants des agences de voyages spécialisées dans telle ou telle filière.

Les nouveaux circuits à organiser puis à mettre en marché porteront notamment sur les produits de « découverte culturelle vivante », de « découverte culturelle sportive » (trekking, escalade, etc.) ou de « découverte combinée de la culture et de la nature ». A partir des choix effectués, les travaux à réaliser pour pouvoir commercialiser ces nouveaux produits seront précisés et les entités responsables de leur exécution seront désignées.

La mise en œuvre de cette action est placée sous la responsabilité du responsable de la diversification de l'offre touristique au sein de l'ANT.

##### **g) Indicateurs et sources de vérification.**

- nouveaux circuits commercialisés : description et caractéristiques ;
- aménagement et travaux réalisés ;
- T.O et agences de voyages commercialisant les nouveaux circuits ;
- nombre de visiteurs.

#### **7). Mise en œuvre d'un programme de desserte routière et de signalisation des sites touristiques (sous composante d'accès aux produits)**

##### **a) Justification.**

De nombreux sites touristiques nigériens, qu'il s'agisse de sites culturels, de réserves de biosphère ou de sites liés à la découverte de la nature, sont d'un accès en voiture difficile. Ils sont de plus très difficiles à trouver, soit par manque ou insuffisance de signalisation routière, soit par insuffisance d'indications in situ.

**b) Objectifs :** Améliorer rapidement l'accessibilité des produits et sites touristiques

**c) Résultats :** L'accessibilité et la visibilité des sites sont améliorées

**d) Degré de priorité :** A lancer dès 2012

##### **e) Bénéficiaires.**

- l'économie nationale (Etat) ;

- les populations locales ;
- les transporteurs et les voyageurs ;
- les opérateurs du tourisme et commerçants de produits d'artisanat ;
- les Ministères en charge du tourisme, de l'équipement et des transports.

**f) Mode de mise en œuvre et financement.**

La mise en œuvre de cette activité est placée sous la responsabilité de la direction en charge des infrastructures routières, en collaboration avec l'ANT, les autres ministères concernés et les populations locales.

Il définira également le programme de signalisation routière d'accompagnement, grâce à la mise au point d'une signalétique touristique adaptée. En liaison avec les municipalités concernées et avec le Ministère de la Culture, un programme de signalisation des monuments culturels et historiques sera également établi.

Cette action sera mise en œuvre conjointement par l'ANT et le Ministère de l'Équipement et des Transports (service des infrastructures routières). Elle sera financée par le budget national et les collectivités territoriales. L'ANT apportera une participation pour la signalisation de nature touristique des monuments et des sites.

**g) Indicateurs.**

- nombre et longueur des pistes aménagées et signalisées ;
- nombre de kilomètres de routes nouvellement construites ;
- montant des investissements engagés pour la construction et/ou la réfection des pistes et routes touristiques ainsi que leur signalisation ;
- montant des investissements engagés pour la signalisation des pistes et routes touristiques.

**8). Mesures d'incitation et d'encouragement des investissements touristiques**

**a) Justification.**

Les professionnels du tourisme exerçant dans le secteur structuré se plaignent de l'importance de l'économie informelle, de la lourde pression fiscale, des vérifications des services des impôts tous les 2 à 4 ans et des difficultés d'accès aux crédits. Cette situation entrave l'investissement dans les activités touristiques répondant aux normes internationales et aggrave l'informalité et la baisse de qualité. Il est alors urgent, dans le cadre de la SNDDT, de traiter le tourisme en tant qu'industrie exportatrice et de lui assurer les conditions favorables de croissance (rentabilité, productivité, qualité et compétitivité). C'est pourquoi des mesures incitatives d'une durée limitée de 10 ans s'imposent pour la relance du tourisme nigérien.

**b) Objectifs**

- financement des activités touristiques à des conditions favorables à l'investissement de rénovation et de création de nouvelles unités ;
- avantages fiscaux et douaniers favorisant la rentabilité des entreprises et offrant des possibilités aux promoteurs et exploitants de mieux faire face aux attentes de la clientèle et de la concurrence internationale (prestations de qualité à des prix compétitifs) ;
- création d'un fonds public servant à garantir et à faciliter l'accès des acteurs du secteur touristique au crédit bancaire et à l'aider à réaliser des investissements à travers des bonifications, des subventions ou des prises de participation (capital risque). Ce fonds peut être alimenté par des recettes intérieures et des financements extérieurs y compris les aides ;
- mettre en place des mécanismes incitatifs et d'encouragement à l'investissement touristique (accès au crédit, allègements fiscaux, lutte contre la concurrence déloyale).

**c) Résultats**

- investissements touristiques relancés ;
- moyens d'hébergement, de restauration, d'animation et de transport touristique renoués ;
- de nouvelles unités d'hébergement et de transport créées ;
- économie informelle réduite.

**d) Degré de priorité : A lancer dès 2012.**

**e) Bénéficiaires.**

- les aménageurs développeurs de zones et sites ;
- les opérateurs de tourisme : promoteurs et exploitants d'hôtels, de campements, de gîtes, d'agences de voyages, de projets d'animation, de restauration et de transport touristiques ;
- la population exerçant dans les activités touristiques, les artisans et les commerçants ;
- l'économie nationale.

**f)) Mode de mise en œuvre et financement.**

- étude du système de financement des entreprises au Niger dont les activités touristiques ;
- étude sur la fiscalité du tourisme, ses sources, son application et les possibilités de révision ;
- élaboration d'une étude de comptes d'exploitation prévisionnelle des différentes composantes de l'offre touristique (hébergement selon les grandes catégories, les campements, le transport touristique, les agences de voyages...);
- impact du financement, de la fiscalité et des taxes douanières sur les résultats d'exploitation des établissements touristiques ;
- scénarios des mesures à proposer pour encourager les activités touristiques : part des fonds propres exigés, taux d'intérêt des crédits, délai de grace, durée d'amortissement du crédit, garantie de l'Etat, taux d'imposition des différents impôts et taxes ;
- proposition d'une ligne de crédit dédié au financement du tourisme, des sources de financement et de banque ou consortium de banques spécialisées dans le financement des investissements touristiques. Le montant de la ligne de crédit sera déterminé à la lumière des études, faisant partie des actions de la diversification de l'offre et des besoins de financement du secteur ;
- proposition de mesures d'encouragement de l'investissement touristique ;
- l'étude globale coûterait 20 000 euros (13.119.140 FCFA) à mener conjointement par l'ANT et le Ministère de l'Economie et des Finances.

**g) Indicateurs.**

- montant annuel des investissements touristiques ;
- montant annuel des crédits accordés, engagés et débloqués ;
- capacité des entreprises touristiques renouvelées et créées ;
- taux d'accroissement annuel des arrivées et des recettes touristiques.

**12.1.4. L'amélioration de la qualité à travers notamment la formation et le contrôle.**

Définir une politique de qualité du tourisme nigérien rappelle qu'il faut bien travailler, bien produire, bien servir et respecter les normes. Autrement dit, changer les habitudes et les méthodes de travail, toujours faire mieux et améliorer sa compétitivité et sa productivité. C'est à travers l'élaboration d'un plan de formation, d'une politique cadre pour la formation, la remise à niveau de la réglementation et l'amélioration de son application sur le terrain.

**1). Réglementation et contrôle des professions de l'hôtellerie et du tourisme.****a) Justification.**

L'arsenal juridique régissant les métiers du tourisme et de l'hôtellerie existe mais doit être actualisé et complété. Si des efforts importants ont pu être conduits pour élaborer des textes, la mise en application fait défaut. La portée (efficacité) des textes n'est pas encore pleinement acquise car le MTA n'a pas les moyens d'assurer les contrôles permettant de vérifier le respect de la réglementation en vigueur. Il en résulte que de nombreux établissements touristiques sont en fonction alors qu'ils ne correspondent pas aux normes minimales exigibles.

**b) Objectif :** Actualiser et compléter les textes régissant les métiers du tourisme et de l'hôtellerie

**c) Résultats.**

- les Etablissement du Tourisme et de l'Hotellerie sont aux normes exigées ;
- la qualité des prestations améliorée.

**d) Degré de priorité.**

Compte tenu de la transversalité des activités, cette remise à niveau peut prendre du temps. Encore faut-il que le ministère puisse très rapidement communiquer des instructions claires, sous forme de « feuille de route » permettant de démarrer les consultations, d'enregistrer les observations et recommandations avant l'élaboration des textes définitifs à soumettre aux législateurs. L'actualisation ayant démarré doit être accélérée.

e) **Bénéficiaires** : L'ANT du pôle PAIT et l'ensemble des acteurs du secteur.

f) **Mode de mise en œuvre et financement**.

Cette action portera sur tous les types d'établissements et de métiers correspondant à une activité totalement ou partiellement de nature touristique. C'est notamment le cas pour :

- les hôtels et les petites unités d'hébergement ;
- les restaurants ;
- les guides nationaux et locaux ;
- les agences de voyages et de tourisme ;
- les espaces de loisirs ;
- les sociétés de transport touristique routier ;
- les activités de transport fluvial.

Il s'agira de compléter les réglementations existantes, de les faire adopter officiellement et de les appliquer. Les services du MTA devront être renforcés pour qu'ils soient en mesure d'effectuer périodiquement les contrôles nécessaires pour vérifier le respect de la réglementation par les établissements de différente nature.

Cette action sera mise en œuvre grâce à un renforcement du Pôle « Ingénierie Touristique » chargé, entre autre, de la réglementation et du contrôle des professions touristiques et hôtelières. Ce renforcement portera sur :

- le recrutement de personnel qualifié pour effectuer les contrôles (3 à Niamey et 1 dans chaque région) ;
- l'achat d'équipement de bureau (ordinateurs) destiné à tenir les fichiers des établissements à jour ;
- l'achat de moyens de transport pour effectuer les tournées d'inspection des établissements (1 véhicule automobile et plusieurs mobylettes à Niamey et 1 moto-cross dans chaque région).

Dans un premier temps, le choix de privilégier l'incitation (avant un dispositif encadré par la contrainte) devrait permettre de responsabiliser les acteurs concernés.

Le financement de cette action, dont le coût peut être estimé à 70 000€ (soit 45 916 990 FCFA), se fera sur les budgets d'investissement et de fonctionnement du MTA.

h) **Indicateurs.**

- nombre de corps de métiers consultés ;
- nombre de textes actualisés ;
- nombre de textes adoptés ;
- le niveau de recrutement de nouveaux collaborateurs ;
- l'acquisition des matériels roulants.

## 2). Proposition de mesures d'amélioration en matière de facilitations

a) **Justification**

La situation actuelle est marquée par l'absence de réflexion globale sur l'homogénéisation des besoins de facilitation (synergie). En effet, compte tenu de la nature intersectorielle des activités touristiques, chaque entité concernée (ministères ou autres institutions) impose chaque fois, de façon unilatérale, ses propres solutions. Il y a donc lieu de coordonner toutes les prises de décisions en la matière afin d'aboutir à une réglementation cohérente.

b) **Objectif.**

Créer un cadre de concertation réunissant toutes les institutions concernées et ayant pour mandat « d'étudier la faisabilité d'un instrument juridique approprié. Le MTA devra être le leader naturel de ce groupe de travail.

c) **Résultats** : Cadre de concertation créé et fonctionnel.

**d) Degré de priorité :**

La mise en place du futur Comité National du Tourisme, le Ministre du Tourisme et de l'Artisanat devra prendre urgemment l'initiative de convoquer un comité interministériel, qui va passer en revue les points critiques.

**e) Bénéficiaires.** L'ensemble des acteurs concernés par les activités touristiques.

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

- identifier tous les domaines dans lesquels des initiatives pourraient être envisagées (la sécurité, la santé, les conditions d'entrée et de séjour sur le territoire, les formalités en matière de change et les taxes, la facilitation du transports des voyageurs, ...);
- monter un comité interministériel chargé de travailler sur ces questions relatives à la facilitation ;
- conclure par les recommandations : les mesures d'amélioration en matière de facilitation.

La mise en place de ce comité interministériel devra avoir l'aval du futur Comité National du Tourisme. La légitimité et la portée des décisions y gagneront. C'est le MTA qui en assurera le secrétariat. Deux sessions plénières annuelles suffiront pour faire le point. Il est clair qu'une bonne mobilisation appuyée par une bonne circulation de l'information constituera la clef de réussite.

Par ailleurs, la mise en œuvre de ce travail ne nécessite pas un budget spécifique.

**g) Indicateurs**

- nombre d'acteurs pris en charge par le MTA présent au sein du Comité ;
- existence d'une « feuille de route » ;
- nombre de réunions tenues ;
- nombre de points traités ;
- productions du comité interministériel ;
- nombre de documents produits.

**3). Elaboration d'un Plan de formation touristique et hôtelière****a) Justification**

La professionnalisation des acteurs constitue une priorité pour la destination. Compte tenu de l'insuffisance et de l'émiettement de l'offre de formation actuelle, il y a lieu de disposer d'un Plan cadre de formation touristique et hôtelière permettant de mieux qualifier et de mieux coordonner toutes les initiatives (publiques et privées). Comme les actions mises en œuvre en matière de formation n'ont d'effets qu'à moyen ou long terme, il est important de les définir suffisamment longtemps à l'avance pour être en mesure de satisfaire les besoins lorsqu'ils se feront sentir.

**b) Objectifs :** Elaborer un plan de formation harmonisé à court, moyen et long terme.

**c) Résultats :** Plan de formation harmonisé est élaboré.

**d) Degré de priorité**

Compte tenu de la situation actuelle, il est urgent de procéder à l'élaboration de ce plan cadre. D'ailleurs, cette action constituera un projet fédérateur, moteur, pouvant marquer les esprits et déclencher ainsi une dynamique à retombées positives sur l'ensemble du secteur.

**e) Bénéficiaires**

L'ensemble des acteurs du secteur est concerné, plus particulièrement :

- l'ANT ;
- les associations, groupements professionnels et ONG du secteur ;
- les associations et groupements professionnels, les ONG du secteur et société civile ;
- les autres institutions : autres ministères, CCIAN, etc ;
- les opérateurs et prestataires privés.

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

L'élaboration du Plan de formation comportera les étapes suivantes :

- l'évaluation précise de la situation actuelle en matière de capacité quantitative et qualitative de formation et en matière de niveau de qualification des personnels en poste dans les différents métiers du tourisme et de l'hôtellerie ;
- l'appréciation des besoins actuels traduits en termes de modules de formation ;
- l'estimation des besoins quantitatifs et qualitatifs futurs définis à partir des orientations stratégiques de développement touristique à moyen et long terme ;
- l'évaluation du nombre de personnes à recycler et/ou à former par niveau et par type de métiers, à court, moyen et long termes ;
- la définition des actions prioritaires à mettre en œuvre pour satisfaire des besoins.

D'un coût pouvant approximativement être évalué à **100 000€** soit **65 595 700 FCFA** , cette action devra bénéficier d'un financement international (Union Européenne, Coopération Française, Coopération Espagnole, Coopération Suisse, SNV ...). Elle pourra, soit être considérée comme un projet spécifique, soit être incluse dans un projet plus vaste portant sur la formation hôtelière et touristique.

**g) Indicateurs**

- bilan circonstancié de la situation actuelle ;
- nombre et nature des filières de formation identifiés ;
- nombre de personnes à former ;
- besoins recensés en matière de mise en œuvre (ressources humaines, financières et matérielles) ;
- liste des actions prioritaires.

**4). Repositionnement et identification d'un référent de Formation au sein du MTA**

**a) Justification**

La mise en œuvre d'une véritable politique cohérente en matière de formation hôtelière et touristique, le renforcement de la capacité de formation en fonction des orientations stratégiques de développement, le contrôle de la qualité de la formation dispensée, etc., constituent des conditions nécessaires pour améliorer la qualité des produits touristiques nigériens. La mise en œuvre des actions correspondantes devra être coordonnée par un responsable qualifié intervenant au sein du MTA.

**b) Objectif :** Impulser et coordonner

**c) Résultats**

- les compétences du Personnel de l'ANT renforcé ;
- la qualité des produits touristiques nigériens améliorée.

**d) Degré de priorité**

Dans l'idéal, le recrutement et la nomination de ce référent devront être faits en amont de toutes les actions de formation. A lancer dès 2012.

**e) Bénéficiaires :** L'ensemble du secteur

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

Un cadre du MTA sera désigné pour assumer cette fonction. Dans la mesure où il n'existe pas actuellement au Niger de cadre ayant la formation et l'expérience requises pour occuper ce poste, un assistant technique étranger sera mis en place pour assister techniquement le cadre nigérien désigné et en assurer la formation.

Ils auront notamment à s'occuper de lancer les actions suivantes :

- établissement du Plan de formation des Ressources humaines à court, moyen et long termes, en fonction des besoins découlant des orientations stratégiques de développement touristique (voir action mesure transitoire compte tenu des ressources disponibles) ;
- définition et mise en œuvre d'un programme d'urgence de formation des formateurs, en fonction des besoins futurs (voir action formation des formateurs) ;



- amplification des actions de mise à niveau et de formation continue pour le personnel des établissements touristiques et hôteliers et pour les guides de tourisme en relation avec le CNPT ;
- mise en œuvre des programmes d'assistance technique pour les propriétaires et/ou les gestionnaires de petits hôtels et de campements ou d'agences de voyages et conduite de sessions de formation pour le personnel de ces mêmes établissements en fonction des projets d'évolution de l'entreprise (avec le Pôle Ingénierie Touristique) ;
- contrôle des formations dispensées par les établissements de formation diplômante existants et renforcement du système de formation en tenant compte des besoins quantitatifs et qualitatifs futurs (avec le CNPT) en collaboration avec les Ministères en charge de la Formation.

Ils auront également à initier et superviser les actions relatives à la sensibilisation des élus locaux aux problèmes du développement touristique et à la sensibilisation des acteurs publics ou privés aux contraintes liées à l'accueil des touristes étrangers (voir action sensibilisation des acteurs).

Le coût de la mise à disposition du MTA d'un expert étranger pendant deux ans peut être estimé à 240 000€ (157 429 680 f cfa) environ, dans la mesure où il s'agirait d'un expert senior ayant une solide expérience en matière de formation touristique et hôtelière.

Cette action devra bénéficier d'un financement international. Elle pourra, soit être considérée comme un projet spécifique, soit être incluse dans un projet plus vaste portant sur la formation hôtelière et touristique.

#### **g) Indicateurs**

- existence des termes de référence pour le référent national ;
- existence des termes de référence pour l'expert senior étranger ;
- recrutement du référent national et de l'expert étranger ;
- plan de formation élaboré ;
- nombre de formateurs à former ;
- nombre de centres de formation homologués.

### **5). Mise en œuvre d'un programme de formation de formateurs**

#### **a) Justification**

La mise en œuvre de toute politique de formation touristique et hôtelière nécessite de disposer d'un corps de formateurs compétents, expérimentés et relativement disponibles susceptibles de dispenser les modules de formation correspondant) et l'ensemble des niveaux et à l'ensemble des métiers.

#### **b) Objectifs**

Pour mettre en œuvre un programme de formation des formateurs. Recycler et/ou former une trentaine de formateurs en tourisme et hôtellerie destinés à enseigner dans les différents établissements existants ou à créer. Cette formation concernera les disciplines les plus importantes (gestion des établissements, marketing, promotion et mise en marché, planification et aménagement, montage de produits, etc.).

#### **c) Résultats**

- le niveau de la formation touristique et hôtelière est amélioré ;
- la qualité des prestations de services est assurée.

#### **d) Degré de priorité**

La formation des formateurs constitue un préalable incontournable avant la multiplication des centres et des filières de formation. A réaliser dès 2012.

#### **e) Bénéficiaires**

- les enseignants actuels ;
- les professionnels de l'hôtellerie et du tourisme ;
- les cadres de l'ANT ou d'autres services administratifs ayant le niveau universitaire requis ;
- les ONG.

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

L'action proposée sera mise en œuvre au sein du CNPT, la seule entité ayant une vision structurée de la professionnalisation pour l'heure. Dans un premier temps, l'hôtel GAWEYE (Niamey), de par la qualité de ses équipements et l'existence d'un noyau de professionnels expérimentés, servira comme lieu pour la mise en situation pratique pour les modules hébergement et restauration. Pour les autres modules, il sera nécessaire d'identifier des sites partenaires pouvant être pris comme modèles.

Ces formateurs pourront être éventuellement utilisés, outre leur activité au sein d'un (ou plusieurs) établissement(s) de formation existant(s) ou à créer, pour la mise en œuvre de l'action portant sur l'assistance technique aux petites unités et sur la formation continue de leur personnel.

La mise en œuvre de cette action sera confiée au responsable de la formation hôtelière et touristique au sein du MTA (voir action repositionnement et identification d'un référent).

D'un coût pouvant approximativement être évalué à 100 000€ soit 65 595 700 FCFA, cette action pourra, soit être financée sur le budget du MTA avec un appui du Ministère de l'Emploi et de la Formation professionnelle, soit être incluse dans un projet plus vaste portant sur la formation hôtelière et touristique bénéficiant d'un financement international.

**g) Indicateurs**

- nombre de programmes de formation dispensés ;
- nombre de formateurs formés.

**6). Assistance à la réalisation des projets en cours (CNPT)****a) Justification**

Véritable cheville ouvrière de la professionnalisation du secteur, le CNPT intervient actuellement sur plusieurs fronts dont le développement de projets de formation continue et la mise en œuvre d'un projet de création d'un Centre Régional de Formation Touristique et Hôtelière. Compte tenu de ses moyens limités, le CNPT n'est pas toujours en mesure de programmer régulièrement les formations continues. Par ailleurs, concernant le projet du centre, il reste tributaire des financements provenant des bailleurs de fonds pour concrétiser la création du centre.

**b) Objectif**

Aider le CNPT à monter le dossier technique et le dossier financier à présenter aux partenaires intéressés par le développement de la formation touristique et hôtelière en vue de renforcer le système et son offre de formation.

**c) Résultats :** Les offres du CNPT structurées et adaptées aux besoins des professionnels.

**d) Degré de priorité :** Dès 2012

**e) Bénéficiaire**

- les professionnels ;
- CNPT.

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

Il comprend deux volets, le dossier financier précédé par le dossier technique à élaborer en tenant compte de la mise en cohérence avec les orientations nationales, en indiquant la place des Ministères concernés (Enseignements Secondaire, Supérieur, Recherche et Technologie-MESS/R/T-Education Nationale, Formation Professionnelle et Technique) pour assurer la synergie et asseoir un partenariat efficace.

1<sup>er</sup> volet : le dossier technique :

- établir le bilan circonstancié des actions réalisées à ce jour (modules proposés, nombre de bénéficiaires, devenir de ces bénéficiaires, contraintes rencontrées, solutions trouvées, ...);
- positionner les interventions du CNPT au regard des recommandations du Plan cadre de formation (action plan de formation) et en tenant compte des souhaits des partenaires privés issus principalement de l'ANPTH ;
- décider des orientations pédagogiques pour les deux principaux volets : formation initiale et formation continue ;
- développer les référentiels (curricula) correspondants en étroite collaboration avec les acteurs concernés.

2<sup>ème</sup> volet : le dossier financier :

- effectuer le chiffrage généré par la mise en œuvre de ces programmes de formation (moyens humains, logistiques, matériels ...);
- actualiser l'évaluation de la mise en place du nouveau Centre de Formation dont les solutions provisoires en attendant la finition des travaux ;
- identifier les bailleurs de fonds potentiels et monter le dossier selon les procédures spécifiques demandées (Union Européenne, Coopération Française, Coopération Suisse, SNV, ...);
- présenter les dossiers.

La mise en œuvre de cette action impliquera l'équipe du CNPT et le référent Formation du MTA ainsi que l'expert technique international (action repositionnement et référent formation). Par conséquent, aucun budget spécifique aux ressources humaines ne sera nécessaire. Les frais logistiques dont la confection des dossiers et les déplacements éventuels pour présenter les dossiers de recherche de financement aux bailleurs de fonds, seront pris en charge par le budget du CNPT.

Il va sans dire que l'actuelle subvention issue du FDT d'un montant de 30 millions CFA reste insuffisante pour permettre au CNPT de faire face avec efficacité à tous ses engagements (actions de promotions, actions de formation, etc.). Un budget plancher de 100 millions FCFA constituera une bonne base et donnera plus de marge de manœuvre et d'efficacité au CNPT.

**g) Indicateurs.**1<sup>er</sup> volet :

- le plan de masse du nouveau centre ;
- le nombre de bailleurs de fonds contactés et leurs apports respectifs ;
- la programmation du projet avec échéancier et acteurs identifiés.

2<sup>ème</sup> volet :

- le nombre de filières à créer ;
- le nombre de formateurs à recruter.

3<sup>ème</sup> volet :

- le taux de financement réalisé.

**7). Mobilisation et institutionnalisation d'un partenariat entre les acteurs potentiels : MFPT, CCIAN, opérateurs privés...**

**a) Justification**

L'ensemble des acteurs ont reconnu la nécessité et l'urgence de coordonner leurs actions en vue de renforcer la professionnalisation du secteur. D'ailleurs, le diagnostic a permis d'identifier plusieurs institutions ou entités intéressées pour intervenir dans le domaine de la formation. En font partie, entre autres, le Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle et Technique, le Ministère des Enseignements Secondaire et Supérieur, de la Recherche et de la Technologie, la Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat du Niger (CCIAN), et un certain nombre d'opérateurs privés.

**b) Objectifs**

Positionner l'offre de chaque prestataire au regard des orientations du Plan cadre de formation touristique et hôtelière (action plan de formation touristique et hôtelière). Afin de jouer à fond la complémentarité entre les offres .

**c) Résultats**

- la charte d'habilitation, d'accès au métier et de collaboration ;
- les premiers projets validés.

**d) Degré de priorité**

Cette action pourra démarrer dès 2012 une fois la validation du Plan de formation cadre officialisée. Ceci étant, afin de faire jouer un rôle prééminent au CNPT, l'action sera programmée parallèlement à l'action assistance à la réalisation des projets en cours .

**e) Bénéficiaires**

Les acteurs / prestataires identifiés : MT/A, MFPT, MESSR/T, Ministère de l'Education Nationale, CCIAN, les Professionnels du secteur, ONG et Associations.

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

- mettre en place une commission Formation pilotée par le Secrétaire Général et/ou le référent Formation au sein du MTA : tous les prestataires (institutions et entités identifiées) seront invités à en faire partie ;
- informer les différents partenaires des grandes orientations du Plan cadre ;
- demander à chaque prestataire de présenter le bilan des actions déjà menées et ses projets d'avenir
- débattre des visions ;
- élaborer une charte d'habilitation, d'accès au métier et de collaboration, qui va constituer la base d'une future réglementation de la profession ;
- valider les projets de chaque prestataire.

Le MTA sera évidemment le maître d'œuvre. Si le Comité National du Tourisme est déjà en place, dans l'idéal cette commission Formation devra en faire partie.

Aucun budget spécifique n'est nécessaire pour la mise en œuvre de cette action. Le MT/A prendra en charge sur son budget, le fonctionnement de cette commission.

**g) Indicateurs**

- le nombre de prestataires (publics et privés) intéressés et engagés ;
- l'élaboration d'une Charte d'habilitation, d'accès aux métiers et de collaboration ;
- les contributions de chaque prestataire.

**8) Politique de qualité du tourisme****a) Justification du projet**

Améliorer le niveau qualitatif des biens, des services et des zones touristiques.

**b) Objectifs visés**

Elaborer une charte du tourisme durable et définir une démarche qualité pour le tourisme nigérien .Il s'agit de s'entendre sur l'application des principes fondamentaux des formes alternatives du tourisme durable.

**c) Résultats attendus**

- un guide de bonnes conduites en impliquant l'ensemble des acteurs du développement durable du tourisme adopté ;
- une charte pour la qualité du tourisme nigérien élaborée.

**d) Degré de priorité : Dès 2012****e) Bénéficiaires**

- les acteurs du tourisme à tous les niveaux ;
- les Tours Opérateurs et les agences de voyages étrangers programmant la destination Niger ;
- les visiteurs et les promoteurs ;
- les collectivités territoriales.

**f) Mode de mise en œuvre**

Les termes de référence de l'étude à définir prenant en compte les préoccupations des populations, des acteurs et partenaires du tourisme sous la bannière de l'ANT seront soumis à toutes les parties et les régions pour validation de manière à et des visiteurs. Coûts et sources de financement : L'ANT, le PNUD, les Agences et Bureaux de Coopération bilatérale et multilatérale, les ONG de développement local, la délégation de l'Union Européenne (FED), l'Etat du Niger ( autres ministères concernés) et les professionnels du tourisme. Coût estimé du projet (dont vulgarisation) : 15.000.000 F CFA soit 23.000 euros (estimé)

**g) Indicateurs et sources de vérification**

- les opérateurs sont impliqués pour valider les termes de référence (nombre de réunions et de rencontres) ;

- les guides sont associés ;
- l'ANT a pris les dispositions réglementaires de concert avec les autres administrations concernées ;
- l'existence d'une charte de qualité est élaborée et adoptée.

#### **12.1.5. La coordination des actions entreprises**

La situation actuelle se caractérise par une grande faiblesse de la coordination entre les différents intervenants du secteur du tourisme à tous les niveaux. Les actions à mettre en œuvre devront cerner les interventions allant de la conception des actions jusqu'à la mise en œuvre au niveau national et régional. Elles favoriseront la mise en place de plateformes institutionnelles et le renforcement du partenariat public/privé.

### **1). Création d'un Comité National du Tourisme**

#### **a) Justification**

La mise en œuvre d'une stratégie cohérente et globale de développement touristique à moyen et long termes nécessite que les décisions soient prises sur la base d'une concertation effective entre le secteur public d'une part et les opérateurs privés d'autre part. En effet, il s'agit de rompre avec l'idée selon laquelle le développement touristique pourrait se faire par le seul engagement du secteur public, et de se convaincre qu'il n'y a de développement touristique possible que par un partenariat équilibré entre le secteur public et les opérateurs privés, qu'ils soient investisseurs et/ou exploitants.

Pour cela, la création d'un organisme souple tel qu'un Comité National du Tourisme s'impose dans les meilleurs délais.

#### **b) Objectifs**

Mettre en place un cadre National de concertation entre les différents acteurs intervenant dans le domaine du Tourisme.

**c) Résultats :** Un Cadre National de Concertation est mis en place

**d) Degré de priorité :** Dès 2012

**e) Bénéficiaire.** L'ensemble des acteurs.

#### **f) Mode de mise en œuvre et financement**

Un Comité de Pilotage chargé du suivi et de la mise en œuvre du Plan d'Action de la SNDDT, le Comité National du Tourisme, dont la création apparaît nécessaire, aura pour rôle de réunir les représentants de l'Etat et ceux du secteur privé ONG et Associations concernés choisis, à travers les organisations professionnelles représentatives des différents métiers du tourisme et de l'Hôtellerie (hébergement, restauration, transports, voyagistes, guidage, etc.). Ils délibéreront et prendront des décisions sur les grandes actions stratégiques du développement touristique liées à la diversification des produits et à leur promotion sur les marchés extérieurs.

Concrètement, afin d'assurer la mise en œuvre des décisions des réunions plénières, plusieurs commissions pourront être créées au sein du Comité National du Tourisme :

- Commission Produits (investissements/aménagement) ;
- Commission Réglementation ;
- Commission Promotion (mise en marché) ;
- Commission Formation (professionnalisation) ;
- Commission études stratégiques et analyse d'impact de la mise en œuvre des actions.

Le Comité National du Tourisme se réunira tous les quatre mois et sera placé sous la présidence du Premier Ministre. Le MTA en assure le secrétariat.

La mise en œuvre de cette action résultera d'une décision du Premier Ministre après préparation par le Cabinet du Ministre du Tourisme et de l'Artisanat.

La création, la composition et les attributions du Comité National seront définis par un décret pris en Conseil des Ministres.

Les frais de fonctionnement du Comité une fois créé, seront programmés dans la Loi des Finances ou pris en charge par le Budget National.

**g) Indicateurs.**

- existence du Comité National du Tourisme ;
- le nombre de délibérations effectives.

**2). Mise en place de Comités Régionaux et Locaux du Tourisme.**

**a) Justification.**

Certains aspects du développement touristique, notamment ceux liés à la diversification de l'offre, sont fortement conditionnés par le comportement des populations locales les plus directement concernées. La mobilisation et l'encadrement des opérateurs et la population des régions s'imposent afin, d'une part d'éviter une destination Niger à plusieurs vitesses, et d'autre part de mieux profiter des potentialités de l'ensemble du pays. Les autorités régionales et municipales ont donc un rôle important à jouer pour inciter ces populations et les opérateurs à intervenir dans le développement touristique et à le favoriser. Les actions correspondantes doivent se situer dans un cadre cohérent préalablement défini.

**b) Objectifs**

Créer des comités régionaux et locaux à l'intérieur du Pays dans un délai d'un an, une instance dans chacune des régions administratives du pays, au sein de laquelle seront débattus les sujets concernant le développement du tourisme au niveau régional et de coordonner les prises de décisions correspondantes.

**c) Résultats :** Les Comités Régionaux et Locaux sont mis en place

**d) Degré de priorité :**

Cette action se réalisera de façon progressive une fois le Comité National du Tourisme mis en place.

**e) Bénéficiaires**

Les collectivités et les opérateurs (privés et associatifs) régionaux et locaux.

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

Les Comités régionaux et locaux seront placés sous la présidence des autorités régionales et locales. Les Directeurs régionaux du Tourisme assurent le secrétariat.

La mise en œuvre de cette action résultera d'une décision du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.

Les frais de fonctionnement des Comités régionaux et locaux une fois créés (Prévoir 10 000 euros pour leur création) seront pris en charge par le budget national. Les modalités des participations des acteurs privés devaient être précisées par la suite.

**g) Indicateurs**

- nombre de CRLT (Comités Régionaux et Locaux du Tourisme) mis en place ;
- nombre de réunions des Comités Régionaux et Locaux.

**3). Recadrage des missions des entités présentes (CNPT...)**

**a) Justification**

- causes réelles du fonctionnement du Centre Nigérien de Promotion Touristique ;
- recadrage des missions du CNPT, des Structures faïtières (Syndicat du Tourisme...);
- absence de synergie d'actions entre le MT/A, le CNPT, les Structures faïtières du Tourisme et Hôtellerie ;
- manque de moyens.

## b) Objectifs

Développer la professionnalisation et la mise en réseau des acteurs tout en clarifiant leurs rôles, préciser et consolider les interventions de ces deux entités grâce à :

- un positionnement clair de leurs actions permettant à l'ensemble des intervenants du secteur de les reconnaître comme interlocuteurs, leaders naturels, chacun dans ses domaines de prédilection ;
- un renforcement des moyens grâce à de nouvelles dotations.

## c) Résultats

- le CNPT et l'ANPTH sont mieux armés pour avoir plus d'efficacité dans leurs missions respectives ;
- les moyens d'action des différents acteurs sont renforcés.

**d) Degré de priorité :** Il y a lieu d'engager le plus vite possible cette action dès 2012.

**e) Bénéficiaires :** Le MT/A, le CNPT et les Structures faïtières du Tourisme et de l'Hôtellerie

## f) Mode de mise en œuvre et financement

1<sup>er</sup> volet : CNPT

- repréciser de façon claire dans les attributions du CNPT son rôle de maître d'œuvre à part entière par rapport aux actions de promotion, de la mise en marché (salons, éductours, workshops, etc.) et en matière de prestations de formations (formation initiale et formation continue) ;
- négocier une subvention conséquente de l'Etat au profit du CNPT ;
- transférer au CNPT, la gestion de la subvention jusque là accordée à l'ANPTH sur le FDT.

2<sup>ème</sup> volet : ANPTH

- considérer les structures faïtières des Professionnels du Tourisme et de l'Hôtellerie comme membre d'office du futur Comité National du Tourisme, et des futurs Comités Régionaux du Tourisme ;
- aider les structures faïtières à mieux se structurer, surtout les antennes régionales qui peuvent, en quelque sorte jouer le rôle de Syndicat d'Initiative.

La mise en œuvre de cette action résultera de la décision du Ministre du Tourisme et de l'Artisanat.

## g) Indicateurs

CNPT :

- degré de dynamisme du CNPT et de structures faïtières en hausse ;
- montant de subvention de l'Etat accordée au CNPT ;
- effectivité du transfert de la gestion de la subvention accordées à l'ANPTH.

ANPTH et Structures Faïtières du Tourisme et de l'Hôtellerie :

- nombre d'antennes Régionales et mise en réseau ;
- nombre d'antennes régionales opérationnelles ;
- effectivité d'une enveloppe budgétaire supplémentaire.

## 4). Sensibilisation des acteurs aux contraintes liées à l'accueil des touristes

### a) Justification

La qualité des contacts que les touristes étrangers ont dès leur arrivée dans un pays donné, principalement avec les agents chargés des facilitations touristiques, ou au cours de leur séjour dans le pays (transporteurs, populations locales, etc.), a une importance fondamentale pour l'image d'une destination touristique. Malgré un sens très développé de l'accueil et de l'hospitalité, des Nigériens, certains acteurs de développement du tourisme sont peu habitués à avoir des contacts avec des touristes étrangers et ne sont pas du tout familiarisés avec leurs attentes.

**b) Objectifs :** sensibiliser les acteurs nigériens sur les attentes liées à l'accueil et au séjours des touristes étrangers.

**c) Résultats :** Les acteurs nigériens du tourisme sont sensibilisés sur les attentes liées à l'accueil et au séjour des touristes étrangers.

**d) Degré de priorité :** Cette action devra être menée de façon progressive en partant des zones à forte densité touristique.

**e) Bénéficiaires :** L'ensemble des acteurs.

**f) Mode de mise en œuvre et financement**

Cette action consistera en l'organisation de sessions de sensibilisation périodique pour les groupes de populations concernées, c'est-à-dire en particulier :

- les Forces de Défense et de Sécurité et les agents de la santé travaillant au niveau des Aéroports et à des postes frontières ainsi que le personnel de ces lieux en contact avec les touristes ;
- les chauffeurs de taxis urbains, les artisans, les commerçants ambulants, les antiquaires ;
- les populations vivant à proximité des sites touristiques les plus fréquentés.

Outre des notions sur la manière la plus appropriée d'accueillir et de traiter les touristes étrangers, ces sessions porteront sur les attitudes à adopter ou à proscrire au sujet des relations avec les touristes. Elles auront lieu à NIAMEY et dans les principaux sites touristiques. Les exposés seront faits par les cadres du MTA et des représentants qualifiés du secteur privé (ANPTH).

Le contenu des sessions de sensibilisation sera préparé par les responsables du MTA, en liaison avec des représentants des opérateurs privés concernés. D'un coût pouvant être évalué à 10 000€ (6 559 820 FCFA), cette action pourra, soit être financée sur le budget du MTA, soit être incluse dans un projet plus vaste portant sur la formation et bénéficiant d'un financement international.

**g) Indicateurs**

- nombre de sessions de sensibilisation ;
- degré de satisfaction des professionnels du tourisme ;
- degré de satisfaction des touristes.

**5). Le Salon International Nigérien du Tourisme - SINT-**

**a) Justification**

- la participation du Niger aux différents Salons Régionaux et Internationaux s'avère insuffisante en matière d'offensives commerciales ;
- le Niger ne dispose pas d'un cadre permanent de promotion de ses produits touristiques permettant d'améliorer la visibilité de sa destination. La création d'un tel cadre s'avère nécessaire pour mieux faire connaître le pays afin de drainer et de fidéliser la clientèle internationale.

**b) Les objectifs visés**

- doter le Niger d'un cadre international permanent de promotion de ses produits touristiques où se rencontrent acheteurs et vendeurs ;
- réunir tous les deux ans, 300 à 400 acteurs du tourisme ayant à travailler avec le Niger.

**c) Les résultats attendus :** Un cadre international de concertation est créé.

**d) Le degré de priorité :** A organiser à partir de 2012

**e) Les bénéficiaires**

- économie nationale ;
- ensemble des Professionnels du Tourisme, de l'Artisanat, de la Culture et les Populations locales.

**f) Le mode de mise en œuvre, le coût et les sources de financement proposées**

- le SINT serait organisé par le Centre Nigérien de Promotion du Tourisme sous l'égide du MTA;
- le CNPT définirait une structure d'organisation avec son propre budget et son équipe publique – privée ;
- une étude est nécessaire.



**g) Indicateurs et source de vérification**

- nombre de professionnels participants ;
- nombre de visiteurs.

**6). Création de Clubs produits en fonction des grands produits et circuits à développer sous forme d'un partenariat public – privé dans le cadre du Centre Nigérien de Promotion du Tourisme.**

**a) Justification**

De nombreux pays ont résolu le problème de la commercialisation de produits dans une destination locale ou régionale par la création de clubs produits ou clubs thématiques qui réunissent professionnels de divers secteurs – hébergement, transport, animation, réceptifs, autorités touristiques locales et régionales. Les Clubs Produits seront un des instruments clés de la stratégie de la Maison du Tourisme du Niger – le Centre Nigérien de Promotion Touristique.

Dans ce cadre quatre clubs produits pourraient être créés au Niger :

- club Produits Tourisme d'Affaires ;
- club Produits Grande Découverte et Aventure ;
- club Produits Les Déserts du Niger ;
- club Produits le Fleuve et la Savane.

Il est en effet important de mettre en place une approche innovante de filières et de produits susceptibles d'attirer de nouvelles clientèles et de générer des revenus pour tous les partenaires privés et publics de ses filières.

**b) Les objectifs visés**

Développer la mise en réseau et le partenariat entre entreprises publiques et privées autour de la création de produits combinés ayant les mêmes caractéristiques.

Définir des types de produits combinés entre partenaires privés qui auraient les mêmes caractéristiques qu'une marque avec son logotype, son site dans le portail du tourisme nigérien, son agenda de réunions, les coordonnées complètes et produits de ses membres, la possibilité de les réserver par Internet...

Quatre de ces clubs produits pourraient être créés au Niger :

- club Produits Tourisme d'Affaires ;
- club Produits Grande Découverte et Aventure ;
- club Produits Les Déserts du Niger ;
- club Produits le Fleuve et la Savane.

**c) Les résultats attendus :** Quatre (4) clubs produits créés et mis en réseau

**d) Le degré de priorité :** A mettre en place en 2012

**e) Bénéficiaires directs et indirects**

- les membres du clubs se réuniraient au moins une fois par an au sein du CNPT ;
- les membres ;
- les autres intervenant du secteur du Tourisme ;
- les clubs se réuniraient au moins une fois par an au sein du CNPT ;
- tout professionnel du tourisme, des voyages, des transports, de la logistique, des services de communication, consultation pourra adhérer à un ou plusieurs clubs produits ;
- lors des manifestations extérieures, des représentants de chaque club pourront être désignés par leurs collègues en accord avec le CNPT.

**f) Le mode de mise en œuvre, le coût et les sources de financement proposées.**

La mise en place et l'animation des bureaux de club produits seront assurés par le CNPT ;

Le coût d'une telle création comportera le voyage de l'expert- formateur en marketing et création de clubs - produits, les voyages des adhérents aux quatre clubs produits, les honoraires de l'expert – formateur en marketing, le matériel distribué, le coût de l'installation des 4 sites clubs- produits dans le portail du tourisme nigérien, coût de fonctionnement et de secrétariat pour les Bureaux des clubs au sein du CNPT, soit un total d'environ 24.000 € (15 743 568 FCFA) ;

**g) Indicateur et source de vérification.**

- nombre de clubs créés et fonctionnels ;
- vérification de la mise en place des clubs et nombre de réunions pour chaque club ;
- nombre de leur représentants ;
- présentation de produits conjoints sur les quatre axes choisis ;
- nombre d'entreprises, création de produits conjoints (nombre et recettes), augmentation des chiffres d'affaires, augmentation du nombre des touristes dans les segments - cibles de chaque club ;
- pérennité du travail conjoint des clubs après 2 ans, après 3 ans, après 5 ans ;
- augmentation de flux touristiques dans les segments cibles de chaque club.

## 7). Programme d'assistante technique aux petites et moyennes entreprises touristiques

**a) Justification**

De nombreux établissements d'hébergement (petits hôtels, campements, etc.) ou de restauration voient le jour dans la plupart des régions du pays, sans que leur promoteur ait la moindre idée de l'activité correspondante, de la manière d'accueillir et de traiter les touristes ou du mode de gestion adapté à ce type d'établissements. Il en est de même pour les agences de voyages de petite taille et sans expérience pratique qui sont en train de se multiplier.

Si ces établissements ne sont pas assistés, ils peuvent nuire au secteur du tourisme sur un triple plan :

- sur l'image de la destination Niger qui risque de souffrir gravement de l'existence d'établissements de ce genre ;
- sur la prolifération des entreprises exerçant dans le secteur informel qui rongent déjà la profession ;
- pour les promoteurs eux-mêmes, dont la probabilité d'échec de leur tentative est élevée dans ces conditions.

**b) Objectifs :** Renforcer les capacités techniques et financières des petites et moyennes entreprises afin d'améliorer leurs prestations.

**c) Résultats :** Les capacités techniques et financières des PME sont renforcées et améliorées.

**d) Degré de priorité :** Dès 2012.

**e) Bénéficiaires du projet.**

Le projet bénéficiera aux petites et moyennes entreprises touristiques (les campements, les agences de voyage, le transport touristique, les bars et restaurants).

**f) Mode de mise en œuvre et financement .**

L'action proposée consistera à :

- définir un « projet d'entreprise » à moyen terme pour l'unité de production précisant les objectifs quantitatifs et qualitatifs à atteindre, ainsi que les moyens à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs dans des conditions de rentabilité satisfaisantes (bâtiments, équipement en matériel, niveau de qualification du personnel, incitations financières et fiscales) ;
- des formations continue seront organisées à la fois pour les responsables de la gestion de l'unité et pour l'ensemble du personnel, destinées à permettre à l'unité de production d'atteindre les objectifs qualitatifs relatifs à la qualité des prestations ;
- une assistance technique sera accordée aux Unités de production en terme de montage de dossier de financement pour l'obtention d'un prêt bancaire leur permettant de moderniser ou d'améliorer leur équipement.

Ce projet sera conduit par le service compétent de l'ANT en collaboration avec les structures concernées.

Compte tenu du nombre élevé d'établissements nécessitant cet appui, le coût total peut être estimé à 760 000 euros soit 500 000 000 FCFA et devra bénéficier d'un financement international spécifique.

**g) Indicateurs et source de vérification.**

- le nombre d'établissements qui tiennent une comptabilité et disposent de statistiques et données fiables ;
- le nombre d'établissements qui passeraient de l'informel au système formel ;
- nombre de missions de contrôle des Inspecteurs des Etablissements du Tourisme.

**8). Campagne de sensibilisation des collectivités territoriales au tourisme :**

**100 projets pour le tourisme au Niger.**

**a) Justification.**

Après avoir identifié les principaux besoins d'aménagement et d'exploitation des potentialités touristiques des communes et régions du Niger en matière d'investissements, il faut s'attaquer aux obstacles qui empêchent le décollage touristique du pays, il s'agit de lancer une campagne de sensibilisation auprès des populations et des autorités politiques et administratives locales en relation avec les professionnels du tourisme, pour les inciter à s'exprimer sur les potentialités d'aménagement et d'exploitation touristique de leurs communes et régions, les convaincre que le tourisme peut devenir une des principales activités économiques du pays, comme un tourisme religieux à l'intérieur du pays, les faire agir en fonction d'un tourisme solidaire et responsable et définir enfin ensemble une vision du tourisme pour chaque commune et région à l'horizon 2015.

**b) Les objectifs visés.**

- inciter et assister les communes à fortes potentialités touristiques à prendre en compte le tourisme dans leurs Plans de Développement Communaux ou leur Programmation Annuelle d'Activités pour celles n'ayant pas de PDC ;
- poursuivre la création des Agences Régionales de Développement du Tourisme (AGREDET) dont l'idée était apparue il y a quelques années en cherchant à les regrouper avec un référentiel commun dans toutes les régions et les rendre opérationnels ;
- inviter les ONG et projets à prendre en compte le tourisme, activité porteuse de recettes et d'emploi pour les populations, dans leur programmation annuelle.

**c) Les résultats attendus**

- prendre en compte le tourisme dans les PDC des communes à fortes potentialités touristiques ;
- développer des structures régionales de type Agences régionales de développement touristique capables d'être proches des projets, des acteurs et des investisseurs locaux, des AGREDET créées et opérationnelles dans toutes les régions ;
- faire agir les médias en faveur du tourisme ;
- initier un débat public sur l'importance du tourisme au Niger ;
- prendre en compte le tourisme dans les activités des ONG, Associations et Projets.

**d) Le degré de priorité**

Cette action doit avoir une grande priorité au Niger dès 2012.

**e) Bénéficiaires.**

- tous les acteurs du Tourisme ;
- populations locales.

**f) Le mode de mise en œuvre**

- réunion des maires et gouverneurs concernés à Niamey durant les futures assises du tourisme ;
- plan de communication ;
- soit un minimum de 25.000 € (16.398.925 F CFA) ;
- financement par le gouvernement du Niger- accord entre divers ministères si possible, Intérieur, Communication, Culture, Tourisme ;
- financement complémentaire par des fondations comme celle de ST-EP/OMT.

**g) Indicateur et source de vérification**

- nombre de participants à la réunion des Gouverneurs et des Maires ;
- nombre de PDC contenant des sections et chapitres sur le tourisme ;
- nombre d'émissions radio et télévisées nigériennes sur le tourisme.

**12.2 RECAPITULATION DES ACTIONS PRIORITAIRES.**

Les trente deux (32) actions prioritaires proposées et classées en 5 axes stratégiques sont récapitulées dans le tableau 23<sup>5</sup> qui présente les niveaux de priorité, la date de démarrage, la durée d'exécution, les coûts, les modes de financement et le maître d'ouvrage. Deux niveaux de priorité sont retenus : les actions à haute priorité pour marquer l'urgence des actions programmées et à mettre en œuvre à court terme et les actions secondaires, à mettre en œuvre à moyen terme en fonction du démarrage préalable de certaines actions urgentes et de la préparation des conditions de leur exécution qui s'accomplissent dans un délai de deux à trois ans.

Il ressort de l'analyse du tableau que :

- 21 actions sur 32 ont une haute priorité pour la mise en œuvre de la S.N.D.D.T.
- L'ANT a un rôle prépondérant en tant que maître d'ouvrage et acteur d'évaluation et de suivi.
- Le nombre des intervenants publics, privés, organismes et institutions de coopération est élevé dont :
  - ❖ Primature (Cabinet du Premier Ministre) ;
  - ❖ Ministère de l'Intérieur, de la Sécurité Publique, de la Décentralisation et des Affaires Religieuses (MI/SP/D/AR) ;
  - ❖ Ministère des finances (MF) ;
  - ❖ Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Culture (MJ/S/C) ;
  - ❖ Ministère de l'Hydraulique et de l'Environnement (MH/E) ;
  - ❖ Ministère de la Formation Professionnelle et de l'Emploi (MFP/E)
  - ❖ Ministère de l'équipement (ME) ;
  - ❖ Ministère des Transports (MT) ;
  - ❖ Ministère du Plan, de l'Aménagement du Territoire et du Développement Communautaire (MP/AT/DC) ;
  - ❖ Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (MES/RS) ;
  - ❖ Ministère de l'Urbanisme, du Logement et de l'Assainissement (MH/L/A) ;
  - ❖ Ministère de la Population, de la Promotion de la Femme et de la Protection de l'Enfant ;
  - ❖ Partenaires Techniques et Financiers-PTF- : (AECID, UE, SNV, COOP. Italienne) ; CNEDD, LUCOP, etc ;
  - ❖ Associations et ONG.

Ceci justifie les actions de partenariat, de coordination et de concertation entre le secteur public et les opérateurs privés.

- Les actions prioritaires coûteraient aux environs de 2,3 millions d'euros dont 2,16 à rechercher auprès des PTF en plus d'une importante augmentation du budget de l'ANT/A, nécessaire pour faire face aux besoins courants de la mise en œuvre d'actions aux coûts d'équipement certes négligeables ainsi que des dépenses récurrentes pour s'assurer de la pérennité des résultats du programme prioritaire. Le doublement au moins, du budget du MT/A en l'espace de cinq ans à raison de 30% la première année et 15 à 20% les années suivantes est nécessaire pour le démarrage de la SNDDT ;
- Le tableau ne prend en compte ni le financement des investissements privés pour lequel une ligne de crédit gérée par une banque spécialisée ou un consortium de banques est à rechercher, ni les besoins des

<sup>5</sup> Il est suivi de trois tableaux donnant respectivement le cadre logique de la SNDDT, la représentation synoptique des interrelations et le chronogramme

ministères partenaires du MT/A pour faire face aux coûts de leur participation à la réalisation du programme prioritaire de la SNDDT.

- Le programme d'actions prioritaires de la SNDDT est la feuille de route de l'ANT qui affiche sa visibilité à ses partenaires et aux promoteurs du tourisme . Il induirait nécessairement d'autres actions aux coûts beaucoup plus lourds d'appui au développement du tourisme au Niger. Leur programme ferait l'objet d'un séminaire de sensibilisation et de validation des orientations à long terme ; il s'agirait de l'équipement et de l'aménagement de zones écotourisme, de sites à intérêt touristique, des infrastructures de base, de la construction et de l'équipement d'établissements d'hébergement, de transport, de formation, de commercialisation ...etc...

Tableau 23 : Récapitulation du programme d'actions prioritaires (1).

ACTIONS	Niveau priorité	Durée	Coût en euros	Mode financement	Maître ouvrage
<b>1. Le renforcement du dispositif organisationnel</b>					
1.1. Elaboration d'un nouvel organigramme	Court terme	2 mois		MT/A	MT/A.
1.2. Définition des tâches et profils de poste	Court terme	2 mois	40 000	MT/A;PTF	MT/A.
1.3 Mise en place d'un plan de formation	Court terme	4 mois	40 000	MT/A;PTF	MT/A;MFP/E
1.4. Mesure transitoires/ des ressources disponibles	Court terme	5 mois		MT/A	MT/A
1.5 Proposition d'amélioration communication interne	Court terme	4 mois	30 000	MT/A;PTF	MT/A
<b>2. Gestion des connaissances</b>					
2.1 Structure chargée de la statistique	Court terme	1 an	200 000	PTF;MF	MT/A;INS
2.2 Développement outils information et communication	Court terme	1 an	97 500	PTF;MT/A	MT/A;MES/RS
2.3 Stratégie webmarketing	Court terme	1 an	15 000	PTF;MT/A	MT/A;MES/RS
2.4 Plan de communication et de marketing	Court terme	3 mois	60 000	PTF;MT/A;CNPT	MT/A
<b>3. Consolidation et diversification de l'offre</b>					
3.1 Validation des orientations stratégiques à long terme	Moyen terme	2 mois	50 000	PTF;MT/A	MT/A
3.2 TDR Schéma directeur Tourisme Durable	Moyen terme	6 mois	76 000	PTF;MT/A	MT/A;MP/AT/DC
3.3 TDR consolidation produits touristiques, nouveaux produits	Moyen terme	6 mois	46 000	PTF;MT/A	MT/A;MJ/S/C
3.4 Création des zones pilotes écotourisme	Moyen terme	2 ans	200 000	PTF;MT/A	MT/A;MP/AT/DC;MH/E
3.5 Amélioration et valorisation des sites touristiques	Moyen terme	3 ans		Pour Mémoire	MT/A;MP/AT/DC;MH/E
3.6 Organisation de nouveaux circuits	Moyen terme	3 ans		Pour Mémoire	MT/A;MP/AT/DC;MH/E
3.7 Mise en œuvre d'un programme de desserte routière et de signalisation des sites touristiques	Moyen terme	2ans		Pour Mémoire	MT/A;ME
3.8 Système d'encouragement investissements touristiques	Court terme	3 mois	20 000	MT/A	MT/A;MF

Tableau 23 : Récapitulation du programme d'actions prioritaires (2).

ACTIONS	Niveau priorité	Durée	Coût en euros	Mode financement	Maître ouvrage
<b>4. Amélioration de la qualité, formation et contrôle</b>					
4.1 Réglementation et contrôle des professions	Court terme	18 mois	70 000	PTF;MT/A	MT/A
4.2 Proposition de mesures d'amélioration facilitation	Court terme	3 mois		MT/A	MT/A; MI/SP/D/AR
4.3 Elaboration d'un plan de formation	Court terme	5 mois	100 000	PTF;MT/A	MT/A; MFP/E
4.4 Repositionnement, identification, référent formation	Court terme	2 ans	240 000	PTF;MT/A	MT/A
4.5 Mise en œuvre programme formation formateurs	Court terme	18 mois	100 000	PTF;MT/A	MT/A; MFP/E
4.6 Assistance à la réalisation des projets en cours	Court terme	2 ans	120 000	Subvention CNPT	MT/A; CNPT
4.7 Mobilisation et institutionnalisation partenariat acteurs	Court terme	3 mois		MT/A	MT/A; Associations
4.8 Politique de qualité du tourisme	Moyen terme	3 mois	23 000	PTF;MT/A	MT/A; Professions
<b>5. Coordination des actions entreprises</b>					
5.1 Création d'un Comité National Tourisme	Court terme	2 mois		MT/A	MT/A
5.2 Mise en place des Comités Régionaux	Moyen terme	9 mois	10 000	MT/A	MT/A; MI/SP/D/AR
5.3 Recadrage des missions des entités présentes	Court terme	2 mois		MT/A;CNPT	MT/A; Professions
5.4 Sensibilisation acteurs contraintes liées à l'accueil	Moyen terme	8 mois	10 000	MT/A	MT/A; MI/SP/D/AR ,MT
5.5 Salon International Nigérien du Tourisme	Moyen terme	1 mois	5 000	MT/A;CNPT	MT/A;CNPT
5.6 Clubs produits	Moyen terme	1 mois	24 000	MT/A;CNPT	MT/A; CNPT
5.7 Programme assistance technique PME touristiques	Moyen terme	2 ans	700 000	PTF;MT/A	MT/A, MF
5.8 sensibilisation collectivités territoriales au tourisme	Moyen terme	5 mois	25 000	MT/A	MT/A; MI/SP/D/AR
TOTAL GENERAL			2 301 500		

**Tableau 24 : Cadre logique SNDDT ( 1)**

ACTIONS	Objectifs	Mise en œuvre	Résultats	Indicateurs
<p><b>1.Le renforcement du dispositif organisationnel</b></p> <p>1.1. Elaboration d'un nouvel organigramme                      1.2. Définition des tâches et profils de poste                      1.3 Mise en place d'un plan de formation                      1.4. Mesure transitoires/ des ressources disponibles                      1.5 Proposition d'amélioration communication interne</p>	<p>Améliorer l'efficacité de l'administration tout en optimisant son organisation.</p>	<p>Commissions ad hoc , négociation et recadrage, enquêtes de définition de pôles, fiches évaluation individuelle, décloisonnement des services.</p>	<p>Organigramme fonctionnel de l'ANT, référentiel des compétences et plan de formation disponibles, nouvelle politique de management du personnel en application.</p>	<p>Commission ad hoc mise en place, Effectivité du référentiel des compétences, acquisition nouvelles méthodes de travail.</p>
<p><b>2.Gestion des connaissances</b></p> <p>2.1 Structure chargée de la statistique                      2.2 Développement outils information et communication                      2.3 Stratégie webmarketing                      2.4 Plan de communication et de marketing</p>	<p>Améliorer la connaissance statistique et économique du tourisme et le promouvoir par l'utilisation des TIC.</p>	<p>Implication police frontières, professionnels, expertise étrangère et formation, développement portail Ministère et CNPT.</p>	<p>Annuaire statistiques élaborés et compte satellite esquissé, promotion tourisme assurée à travers internet, plan de communication et commercialisation validé</p>	<p>Statistiques fiables publiées, Site ANT performant.</p>
<p><b>3.Consolidation et diversification de l'offre</b></p> <p>3.1 Validation des orientations stratégiques à long terme                      3.2 T.R Schéma directeur Tourisme Durable                      3.3 T.R consolidation pdts touristiques , nouveaux produits                      3.4 Création des zones pilotes écotourisme                      3.5 Amélioration et valorisation des sites touristiques                      3.6 Organisation de nouveaux circuits                      3.7 Mise en œuvre d'un programme de desserte routière                      3.8 Système d'encouragement investissements touristiques</p>	<p>Consolider l'existant, diversifier l'offre et améliorer la visibilité de la destination Niger à travers de nouveaux produits, améliorer les infrastructures et encourager les investissements dans le tourisme.</p>	<p>Etudes sur le terrain, concertation nationale et régionale, identification des problèmes concrets, expertise professionnelle, implication publique, privé et société civile.</p>	<p>Offre consolidée, TR schéma directeur élaborés, ZATP identifiées, nouveaux circuits répertoriés, accessibilité aux sites assurée, faisabilité routes et pistes touristiques disponibles, signalisation,</p>	<p>Zones à aménagement prioritaire retenues, travaux aménagement en cours, financement programme infrastructures routières et pistes disponibles, nouveaux circuits commercialisés mesures encouragements tourisme prises, accroissement capacité, taux d'occupation</p>



**Tableau 24 : Cadre logique SNDDT (2)**

ACTIONS	Objectifs	Mise en œuvre	Résultats	Indicateurs
<p><b>4. Amélioration de la qualité, formation et contrôle</b></p> <p>4.1 Réglementation et contrôle des professions</p> <p>4.2 Proposition de mesures d'amélioration facilitation</p> <p>4.3 Elaboration d'un plan de formation</p> <p>4.4 Repositionnement, identification, référent formation,</p> <p>4.5 Mise en œuvre programme formation formateurs</p> <p>4.6 Assistance à la réalisation des projets en cours</p> <p>4.7 Mobilisation? institutionnalisation partenariat acteurs</p> <p>4.8 Politique de qualité du tourisme</p>	<p>Vérifier et mettre à niveau la réglementation. Rendre visible et consolider l'offre de formation, élaborer charte qualité tourisme nigérien.</p>	<p>Efficacité du contrôle, coordination entre services techniques, coordonner action de formation montage dossiers techniques, concertation.</p>	<p>Etablissements touristiques et hôtelières aux normes exigées, compétences personnel ANT renforcées, harmonisation plan de formation, cadre concertation à définir, mesures d'amélioration de la qualité des prestations.</p>	<p>Textes réglementaires actualisés et adoptés, besoins formation recensés, recrutement référent national et expert formation, nombre de programmes de formations disponibles, mesures de facilitations accueil prises et mises en application,</p>
<p><b>5. Coordination des actions entreprises</b></p> <p>5.1 Création d'un Comité National Tourisme</p> <p>5.2 Mise en place des Comités Régionaux</p> <p>5.3 Recadrage des missions des entités présentes</p> <p>5.4 Sensibilisation acteurs contraintes liées à l'accueil</p> <p>5.5 Salon International Nigérien du Tourisme</p> <p>5.6 Clubs produits</p> <p>5.7 Programme assistance technique PME touristiques</p> <p>5.8 sensibilisation collectivités territoriales au tourisme</p>	<p>optimiser les modalités d'action des différents acteurs; Renforcer capacités techniques, <b>des PME et améliorer leurs prestations,</b> Inciter et assister les communes à prendre en compte le tourisme dans PDC</p>	<p>Démarche patronariale, constitution commissions CNT; renforcement rôle ANPTH et CNPT, faciliter rencontres entre acteurs, mise en réseau, restructuration activité tourisme, implication collectivités locales et régionales.</p>	<p>Cadre national de concertation et comité régionaux mis en place. Missions CNPT et ANPTH efficaces et dynamiques, sensibilisation acteurs nigériens aux attentes liées à l'accueil des touristes. Création club produits, assainissement financier PME du tourisme et intégration économie structurée</p>	<p>nombre de CRLT créés, degré satisfaction touristes, professionnel quant à accueil et facilités entreprises structurées aux données statistiques et économiques fiables, tourisme pris en compte dans plan développement comm-</p>

**Tableau 25 : Représentation SYNOPTIQUE DES INTERRELATIONS (1)**

ACTIONS	Objectifs généraux	Résultats	Interrelations & interactions acteurs	Interrelations & interactions objectifs
<b>1.Le renforcement du dispositif organisationnel</b>	Améliorer l'efficacité de l'administration tout en optimisant son organisation.	Organigramme fonctionnel de l'ANT, référentiel des compétences et plan de formation disponibles, nouvelle politique de management du personnel en application.	MT/A, Ministères en charge Formation professionnelle,	Meilleure gouvernance
1.1. Elaboration d'un nouvel organigramme				
1.2. Définition des tâches et profils de poste				
1.3 Mise en place d'un plan de formation				
1.4. Mesure transitoires/ des ressources disponibles				
1.5 Proposition d'amélioration communication interne				
<b>2.Gestion des connaissances</b>	Améliorer la connaissance statistique et économique du tourisme et le promouvoir par l'utilisation des Tic	Annuaire statistique élaboré et compte satellite esquissé, promotion tourisme assurée à travers internet, plan de communication et commercialisation validé	MT/A, Ministères en charge de la police aux frontières, de la Technologie, l'INS, les propriétaires d'entreprises touristiques et hôtelières,	Meilleure gouvernance, promotion de la destination, communication et marketing,
2.1 Structure chargée de la statistique				
2.2 Développement outils information et communication				
2.3 Stratégie webmarketing				
2.4 Plan de communication et de marketing				
<b>3.Consolidation et diversification de l'offre</b>	Consolider l'existant, diversifier l'offre et améliorer la visibilité de la destination Niger à travers de nouveaux produits, améliorer les infrastructures et encourager les investissements dans le tourisme.	Offre consolidée, TR schéma directeur élaborés, ZATP identifiées, nouveaux circuits répertoriés, accessibilité aux sites assurée, faisabilité routes et pistes touristiques disponibles, signalisation,	MT/A, Ministères en charge Intérieur, Finances, Culture, environnement, Transport, Formation professionnelle, Equipement PTF. système bancaire de financement local, régional et international, PTF, Associations et ONG spécialisés tourisme durable. durable.	Amélioration de la qualité des produits et services, promotion de l'investissement, lutte contre la concurrence déloyale
3.1 Validation des orientations stratégiques à long terme				
3.2 T.R Schéma directeur Tourisme Durable				
3.3 T.R consolidation pds touristiques , nouveaux produits				
3.4 Création des zones pilotes écotourisme				
3.5 Amélioration et valorisation des sites touristiques				
3.6 Organisation de nouveaux circuits				
3.7 Mise en œuvre d'un programme de desserte routière et de signalisation des sites touristiques				
3.8 Système d'encouragement investissements touristiques				

**Tableau 25 : Représentation SYNOPTIQUE DES INTERRELATIONS (2)**

ACTIONS	Objectifs généraux	Résultats	Interrelations & interactions	Interrelations & interactions
<p><b>4. Amélioration de la qualité, formation et contrôle</b></p> <p>4.1 Réglementation et contrôle des professions</p> <p>4.2 Proposition de mesures d'amélioration facilitation</p> <p>4.3 Elaboration d'un plan de formation</p> <p>4.4 Repositionnement, identification, référent formation,</p> <p>4.5 Mise en œuvre programme formation formateurs</p> <p>4.6 Assistance à la réalisation des projets en cours</p> <p>4.7 Mobilisation et institutionnalisation partenariat acteurs</p> <p>4.8 Politique de qualité du tourisme</p>	<p>Vérifier et mettre à niveau la réglementation. Rendre visible et consolider l'offre de formation, élaborer charte qualité tourisme nigérien.</p>	<p>Etablissements touristiques et hôtelières aux normes exigées, compétences personnel ANT renforcées, harmonisation plan de formation, cadre concertation à définir, mesures d'amélioration de la qualité des prestations.</p>	<p>MT/A, Ministères en charge Intérieur, Finances, Culture, environnement, Transport, Formation professionnelle, PTF. Associations et ONG spécialisés tourisme durable. durable.</p>	<p>Meilleure gouvernance</p> <p>Amélioration de la qualité des produits et services, du partenariat et de la concertation</p>
<p><b>5. Coordination des actions entreprises</b></p> <p>5.1 Création d'un Comité National Tourisme</p> <p>5.2 Mise en place des Comités Régionaux</p> <p>5.3 Recadrage des missions des entités présentes</p> <p>5.4 Sensibilisation acteurs contraintes liées à l'accueil</p> <p>5.5 Salon International Nigérien du Tourisme</p> <p>5.6 Clubs produits</p> <p>5.7 Programme assistance technique PME touristiques</p> <p>5.8 sensibilisation collectivités territoriales au tourisme</p>	<p>optimiser les modalités d'action des différents acteurs;</p> <p>Renforcer capacités techniques, <b>des PME et améliorer leurs prestations,</b></p> <p>Inciter et assister les communes à prendre en compte le tourisme dans PDC</p>	<p>Cadre national de concertation et comité régionaux mis en place</p> <p>Missions CNPT et ANPTH efficaces et dynamiques, sensibilisation acteurs nigériens aux attentes liées à accueil touristes</p> <p>Création club produits, assainissement financier PME tourisme et intégration économie structurée</p>	<p>MT/A, Ministères chargés de l'Intérieur, du Transport, des Finances, professions touristiques et hôtelières</p> <p>système bancaire et de financement local, régional et international,</p> <p>Promoteurs d'événementiel et des congrès correspondants étrangers des agences. de voyages</p>	<p>Restructuration de la profession, synergie entre public/privé/société civile et intervenant dans le secteur touristique, intégration des entreprises touristiques dans le secteur moderne, promotion de la destination et de l'investissement, développement du tourisme solidaire.</p>

**Tableau 26: Chronogramme des actions (1)**

ACTIONS	Échéance court terme en mois								Échéance moyen terme					
	1et 2	3	4	5	6	7	8	Mois9-12	1,25 ans	1,5	2 ans	2,5 ans	Année3	
	<b>1.Le renforcement du dispositif organisationnel</b>													
1.1. Elaboration d'un nouvel organigramme		■	■											
1.2. Définition des tâches et profils de poste				■	■									
1.3 Mise en place d'un plan de formation				■	■	■								
1.4. Mesure transitoires/ des ressources disponibles			■	■	■	■	■							
1.5 Proposition d'amélioration communication interne				■	■	■								
<b>2.Gestion des connaissances</b>														
2.1 Structure chargée de la statistique				■	■	■	■	■	■	■				
2.2 Développement outils information et communication				■	■									
2.3 Stratégie webmarketing					■									
2.4 Plan de communication et de marketing				■	■	■								
<b>3.Consolidation et diversification de l'offre</b>														
3.1 Validation des orientations stratégiques à long terme								■						
3.2 T.R Schéma directeur Tourisme Durable						■	■	■						
3.3 T.R consolidation pdts touristiques , nouveaux produits						■	■	■						
3.4 Création des zones pilotes écotourisme							■	■	■	■	■	■		
3.5 Amélioration et valorisation des sites touristiques							■	■	■	■	■	■	■	
3.6 Organisation de nouveaux circuits							■	■	■	■	■	■	■	
3.7 Mise en œuvre d'un programme de desserte routière et de signalisation des sites touristiques							■	■	■	■	■	■		
3.8 Système d'encouragement investissements touristiques				■	■	■								

**Tableau 26 : Chronogramme des actions (2)**

ACTIONS	Échéance court terme en mois								Échéance moyen terme					
	1 et 2	3	4	5	6	7	8	Mois 9-12	1,25 ans	1,5 ans	2 ans	2,5 ans	3 ans	
<b>4. Amélioration de la qualité, formation et contrôle</b>														
4.1 Réglementation et contrôle des professions														
4.2 Proposition de mesures d'amélioration facilitation														
4.3 Elaboration d'un plan de formation														
4.4 Repositionnement, identification, référent formation														
4.5 Mise en œuvre programme formation formateurs														
4.6 Assistance à la réalisation des projets en cours														
4.7 Mobilisation et institutionnalisation partenariat														
4.8 Politique de qualité du tourisme														
<b>5. Coordination des actions entreprises</b>														
5.1 Création d'un Comité National Tourisme														
5.2 Mise en place des Comités Régionaux														
5.3 Recadrage des missions des entités présentes														
5.4 Sensibilisation acteurs contraintes liées à l'accueil														
5.5 Salon International Nigérien du Tourisme														
5.6 Clubs produits														
5.7 Programme assistance technique PME touristiques														
5.8 sensibilisation collectivités territoriales au tourisme														

### 12.3 RECOMMANDATIONS POUR LA MISE EN ŒUVRE ET LE SUIVI.

Les principaux risques de la mise en œuvre de la SNDDT sont relatifs aux capacités de financement disponibles et à la volonté réelle dont témoigneraient les responsables de l'ANT et des autres sources concernées pour exécuter les actions proposées. Le montant des investissements nécessaires pour les actions est relativement élevé, eu égard à la situation actuelle et au programme des actions à générer, et nécessite donc que des efforts importants soient collectivement consentis en faveur du développement touristique, dans un sens correspondant aux orientations stratégiques à moyen et long termes.

#### 12.3.1. Le financement de la SNDDT.

Les financements et actions peuvent être recherchés dans les quatre (4) principales directions :

- a. Les budgets national et du CNPT : ils devraient être sensiblement augmentés pour bien mettre en évidence la volonté forte de l'Etat de contribuer significativement au développement touristique.
- b. Le financement par d'autres budgets publics : la mise en œuvre d'un certain nombre d'actions prioritaires relève totalement ou partiellement de la maîtrise d'ouvrage d'autres entités publiques que le MTA et le CNPT. Dans ce cas, le rôle du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat ne sera pas passif. Il aura à définir les actions à mettre en œuvre, les impulser, les faire accepter et contrôler de façon à ce que leurs caractéristiques soient bien conformes aux orientations stratégiques du développement touristique. Le futur Comité National du Tourisme pourra, lorsqu'il sera effectivement opérationnel, favoriser ce type d'intervention.
- c. Le financement au coup par coup par des bailleurs internationaux : certaines actions pourront bénéficier de l'appui de la coopération internationale bilatérale, multilatérale et être mises en œuvre totalement ou partiellement grâce à des financements spécifiques. Le rôle de l'ANT consistera à être à l'affût de telles possibilités de financement et dans certains cas de les susciter.
- d. Le financement sous la forme de grands projets financés par la coopération internationale : certaines actions prioritaires pourraient être regroupées pour constituer un projet global dont la mise en œuvre serait susceptible d'être financée par la coopération internationale bilatérale ou multilatérale. On peut ainsi concevoir le montage de projets complexes tels que les projets « appui à la formation » ; « Assistance technique aux PME touristiques » ; « Appui à la gestion des connaissances ». Il appartient au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat de convaincre tel ou tel bailleur de fond international de financer un de ces projets, de manière à participer à la politique de développement touristique mise en œuvre par le Gouvernement nigérien.

#### 12.3.2. L'évaluation et le suivi.

La ligne directrice générale est d'utiliser au mieux les structures existantes concernées et celles prévues dans le cadre de l'amélioration de la coordination pour assurer la mise en œuvre, le suivi et l'évolution de la SNDDT. Cette ligne de conduite a pour avantage de ne pas alourdir inutilement les mécanismes de coordination, de mise en œuvre et de suivi-évaluation, réajustements. A cet égard le Comité de Pilotage du Tourisme, le cadre permanent de la coordination opérationnelle animera la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de la SNDDT.

Les différents acteurs responsables de la mise en œuvre seront :

- le Comité National du Tourisme ;
- le ministère du Tourisme et de l'Artisanat ;
- le CNPT ;
- le Pôle chargé de la stratégie sectorielle assurant le secrétariat technique permanent de la SNDDT ;
- les commissions sectorielles.

Sur le plan opérationnel, un comité de pilotage élargi aux partenaires techniques et financiers sera mis en place, pour s'assurer du bon déroulement des activités programmées dans la stratégie et proposer éventuellement des recommandations d'amélioration ou des pistes de financement pour certaines activités.

Chacun de ces intervenants est appelé à jouer son rôle pour la réussite de la stratégie. La visibilité des actions menées par les différents acteurs pour la réussite de la stratégie sera appréhendée à travers la livraison systématique des produits suivants :

- les rapports périodiques de suivi, évaluation seront élaborés par le Comité de Pilotage ;
- le rapport de synthèse annuel sur le suivi ;
- le relevé des conclusions et recommandations du Comité National du Tourisme suite à l'examen du rapport de synthèse ;
- le rapport évaluation à mi-parcours en 2012 et le rapport d'évaluation final en 2015.

## CONCLUSION

A l'instar de la destination Niger, le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat se trouve aujourd'hui à la croisée des chemins. Si cette institution veut jouer le premier rôle pour la mise sur orbite du tourisme nigérien, elle ne pourra pas faire l'économie des réformes, structurées sous forme de fiches actions, présentées dans ce rapport.

D'une manière générale, renouveler l'organisation et le partenariat constitue le mot d'ordre. Dans cette perspective, la réorganisation de l'Administration Nationale du Tourisme demeure la priorité des priorités.

La SNDDT mettra fin au développement relatif spontané peu intégré donc peu soucieux de la préservation et de la conservation des ressources naturelles et culturelles. Il est plus que jamais nécessaire que le Niger soit doté d'un Schéma National d'Aménagement Touristique, d'une charte du tourisme durable sur la base d'une politique de qualité du tourisme et de reconstituer le produit touristique actuel en le développant et en le diversifiant dans une vision de durabilité.

La gestion des connaissances pour l'évaluation et le suivi du tourisme, par la mise sur pied d'une structure de production des informations économiques et sociales fiables et la maîtrise des Tics, constitue une des priorités de renforcement du système institutionnel.

La structuration et le renforcement du système de formation ne sont pas en reste. On sait que le niveau de professionnalisme des acteurs conditionne la qualité des prestations offertes sur la destination. D'où l'impérieuse nécessité de mettre en œuvre les recommandations, qui normalement cadrent avec les réalités et les moyens du pays.

Par ailleurs, mobiliser l'ensemble des acteurs autour de la Stratégie Nationale de Développement Durable du tourisme est essentiel. Cela passe par la mise en place du Comité National du Tourisme, l'organisation de sessions d'informations sur tout le territoire, par l'élaboration de supports pédagogiques, par la répartition des missions et des fonctions entre les partenaires. Dans un souci d'efficacité, il est nécessaire d'organiser les interventions en mode projet, tout en spécialisant les acteurs en fonction de leur domaine de compétences, avec des moyens et des outils mutualisés.

La stratégie partenariale passe donc par une contractualisation des partenariats entre le public et le privé et entre les acteurs publics. Elle requiert également un renforcement des outils de pilotage pour observer, évaluer les actions en cours et élaborer des plans d'actions concertés pluriannuels.

La réalisation des actions prioritaires proposées dépend largement, outre les aspects relatifs à leur financement, d'une part de la volonté réelle du Gouvernement nigérien d'aller de l'avant en mettant effectivement en œuvre une politique cohérente et globale de développement touristique à moyen et long termes et, d'autre part de la capacité technique de l'ANT d'en assurer l'exécution.

Un processus national devra être défini et suivi pour respecter la cohérence d'ensemble, tout en profitant des opportunités qui se présenteront.

En premier lieu, seront réalisées les actions prioritaires proposées qui constituent des préalables visant à lever les contraintes au démarrage d'un processus de développement durable :

Mise en œuvre d'actions concrètes permettant d'amorcer un dialogue constructif selon une vision commune acceptée et adoptée par le secteur public et le secteur privé.

Validation des orientations stratégiques « produits-marchés » conduisant à adopter un plan marketing et communication définissant les politiques de destination (notoriété et image) et de produits à exécuter dans les marchés émetteurs et à l'intérieur au niveau régional.

Démarrage des actions prioritaires : remise à niveau de l'organisation de l'ANT, élaboration et mise en œuvre du plan de formation, gestion des connaissances, organisation, réglementation et contrôle des professions, amélioration et diversification de l'offre en privilégiant la durabilité, création des nouvelles structures de coordination proposées dont le Comité National du Tourisme.

En second lieu, le développement touristique durable du Niger, s'il apparaît à la fois souhaitable et possible, deviendra effectif que si des décisions énergiques sont rapidement prises. Aussi, pour assurer la réussite de la démarche entreprise, il convient que le Gouvernement du Niger donne des signes tangibles apportant la preuve, d'une part que le développement du tourisme est véritablement devenu une cause nationale et, d'autre part que la volonté publique de tout mettre en œuvre pour en assurer le succès existe désormais et ne sera pas remise en question.

## **Annexe 1: Liste des personnes rencontrées**

### **Ministère du Tourisme et de l'Artisanat**

Mr le Ministre des Transports, du Tourisme et de l'Artisanat Le Colonel Ahmed Mohamed.  
Mme la Ministre Sani Morou FATOUMA.  
Mme la Ministre AMADOU Aissa Siddo Hassane.  
Mr IBRAHIM Boubacar Secrétaire Général.  
Mr KARIDIO Zataou Kato, conseiller technique du Ministre.  
Mr BOULOU Akano, D.G du CNPT.  
Mr BOULAMA Maitouraré D.M.C/MT/A.  
Mr HAMADOU Moumouni DAIT/MT/A.  
LABO Yakouba DEP/MT/A.  
AMADOU Abdou DPCT/MT/A.  
ISSAKA Amoud DPA/MT/A.  
MOUSSA Idé DS/MT/A.  
ZELANI Dantonka IG/MT/A (Réunion).  
Mme ROUA Aichatou DL/MT/A.  
Mme MOUSSA Dizé DAAF/MT/A.  
BINO Jean I.E.T/MT/A (réunion).  
MADOUGOU Ba Ousmane Inspecteur E/T/MT/A (Réunion).

### **Ambassade d'Espagne**

Mme Soledad Fuentes Gómez, Ambassadrice.  
Mme ESTHER Saborido : Première conseillère.  
Mme BELEN Revelles : Responsable de la Coopération Espagnole au Niger.  
Mr Rafael H. Garcia Fernandez, Coordinateur Général de la Coopération Espagnole au Niger.

### **Ministère de la Culture**

MM ALI BIDA, directeur du Patrimoine Culturel.  
KADRI Moussa, chef Division du Patrimoine Culturel .

### **Ministère de l'Environnement**

Colonel Hamadou Marnoudou : DG de l'environnement et des Eaux et forêts.  
Abdou Malam Issa, Ingénieur des eaux et forêts Directeur de la Faune et de la chasse.  
SALEY Hamidine, Direction des Parcs Nationaux et des Réserves .

### **Ministère des transports et de l'Aviation civile**

MM Attaoulahi Zakaouanou, chef de Division des transports routiers et ferroviaires.  
Ibrahima Souleymane, chef de la Division du transport aérien à la Direction de l'Aviation civile.

### **Institut National de la Statistique**

Mr Abdoullahi BEIDOU, Directeur Général de l'INS.  
Mr Mahamadou chekaroa, Directeur des Statistiques et des Etudes Economiques.  
Mr Tassiou Almadjir, chef de la Division des comptes nationaux.

### **Direction Générale de la Police Nationale : D.S.T**

MM Yacouba Ousmane : officier de polices  
Maino Sabo,

### **Banque Mondiale**

Mr Ousmane DIAGANA, Représentant résident-Bureau du Niger ;  
Mr AMADOU Ibrahim, Senior Economist .

### **Organisation Néerlandaise de Développement (SNV)**

Mme Martina Wegner, conseillère Mobilisation des ressources et partenariat .  
Mr Guy Dejough, advisor value



**Bureau de coopération italienne**

Daniela CHINNICI, fellow UNDESA  
PAOLO BARAGATTI, Représentant AFRICA`70

**Association Nigérienne des professionnels du Tourisme et de l'hôtellerie « A.N.P.T.H »**

Mr OREJA Robert, Président ANPTH

**Fédération Nationale des Artisans du Niger (FNAN)**

Les membres du bureau de la fédération au nombre de 10 dont Mr ABDOU Saibou Secrétaire Général

**Musée National Boubou Hama:**

Mr Dan Ladi Adamou, Conservateur, Directeur Adjoint du Musée.

**Grand Hôtel du Niger**

Mr Baba Sanady, Directeur Adjoint ;

**Direction Régionale du Tourisme et de l'Artisanat de Tillabéri**

Mr Goumatt Mahama

**Secrétaire Général Gouvernorat de Tillabéri**

Elh Aoussouk Ibrahim, Secrétaire Général

**Président Régional de l'ANPTH/Tillabéri**

Idrissa dit Didi, Président

**Chef de Poste Administratif d'Ayorou**

**Chef de Canton d'Ayorou**

Honorable Albachir Yacouba

**Maire de la Commune d'Ayorou**

Mr Akibou Yacouba

Dr Douma Hamidou, conseiller municipal chargé du tourisme

**Conservateur du Parc du W**

**Surveillant Forestier de la zone des Girafes**

**Direction Régionale du Tourisme et de l'Artisanat de Dosso**

Mr Oumarou SOULAY, Directeur

**Gouvernorat de Dosso**

Mr Habou Maman, Secrétaire Général

**Préfecture de GAYA**

Capitaine Idé Yacouba, Préfet

**Commissariat de GAYA**

Mme Hadjiya Marie, Commissaire.

## **Annexe 2 : Documents consultés**

- Afric.com du lundi 10 décembre 2007 par Frank Salim ; interview de Mme la Ministre du Tourisme et de l'Artisanat.
- IRAM : Etude d'impact des accords de partenariat économique (APE) sur l'économie du Niger – Ministère du Commerce, de l'Industrie, de l'Artisanat et de la promotion du secteur privé, décembre 2004.
- I.N.S : Comptes économiques de la nation : Estimations 2007 ; provisoires 2006 ; définitifs 2004-2005 ; NIAMEY, août 2007.
- I.N.S : Annuaire Statistique du Niger 1996 – 2006, Edition 2007 – NIAMEY.
- Journal Sahel Dimanche du 28/11/08 : Interview de Mme la Ministre du Tourisme et de l'Artisanat.
- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat : Différents rapports et notes de missions sur la formulation de la stratégie de développement durable du tourisme lors des visites des régions – Niamey au cours de la période 2006 – 2007.
- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat : Besoins et potentialités des communes et régions du Niger en matière de projets et d'investissements touristiques- Rapport intermédiaire, 2007.
- MTA/SNV : Rapport de l'atelier de réflexion sur le tourisme durable dans la zone de Tillabery, Niamey et Dosso ; Niamey 8-9 avril 2009 ;
- Ministère de la Culture et du Tourisme et des loisirs : Impact du tourisme sur l'Economie Sénégalaise – Rapport méthodologique – Hassan SEBBAR – OMT, DAKAR, Août 2001.
- Ministère de l'Artisanat et du Tourisme : Orientations stratégiques de développement touristique et programme d'actions prioritaires du Mali – Rapport final – PNUD, O.M.T, Madrid 2003.
- O.I.T : secteur informel ; fonctions macroéconomique et politiques gouvernementales, le cas du Niger. C.Maldonado et J.Gasarian 26 mai 1998.
- O.M.C : Examen des politiques commerciales ; Niger, Rapport du S.G WT/TPR/S/118 du 30/06/2003.
- O.M.T : Rapport d'évaluation de la situation du tourisme au Cameroun pour la formation des termes de référence du plan directeur. Madrid, Octobre 2005.
- O.M.T : Plan stratégique pour le Développement du Tourisme – synthèse – République de Guinée – PNUD – février 2000.
- O.M.T : Rapport intermédiaire préparé pour le Gouvernement de la République du Niger – Réduction de la pauvreté par le développement durable au Niger, Identification de projets Mission du 22 au 28 janvier 2008.
- RENSE : La Stratégie de réduction de la Pauvreté au Niger ; Mise en place d'un système de suivi – communication de Boubacar Sanda – Nairobi, 10-14 juin 2002.
- RPED : Niger une évaluation du climat des Investissements – Document de la Banque Mondiale – Mars 2007.
- SRDP 2008-2012 – Cabinet du Premier Ministre, Secrétariat Permanent de la SRP, République du Niger, août 2008 ;
- Secrétariat Permanent de la SRP : Stratégie de Réduction de la Pauvreté – 2ème rapport de mise en œuvre (juin 2003 – juillet 2004) Niamey.
- SNV : <Tourism assessment and strategy development in Mali, Burkina Faso, Niger, Benin, Togo & Guinea Bissau> 2009.
- UEMOA: Elaboration de la politique commune du tourisme de l'UEMOA ; Rapport final, février 2008.